

Proyecto impulsado por la Orden CITI

Lo **smart** es diseñar ciudades para las **personas**

#AndalucíaSmart

MANUAL DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LOS PROYECTOS DE LA ORDEN CITI

ENMARCADO DENTRO DE LA INICIATIVA ANDALUCÍA SMART

Documento V3.1. Fecha: mayo de 2024



ÍNDICE

ÍNDICE	2
1. INTRODUCCIÓN.....	4
IDENTIDAD VISUAL DE LA ORDEN CITI.....	4
CAMPAÑA VISUAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA ORDEN CITI	6
2. ELEMENTOS Y NORMAS BÁSICAS DE IDENTIDAD VISUAL	8
LOGOTIPOS Y LEMAS.....	9
> Logotipos.....	9
> Lemas.....	10
> Convivencia de logotipos y lemas	10
> Descarga de logotipos.....	10
> Dimensionado y espacios de respeto	11
> Tamaño mínimo.....	13
TIPOGRAFÍAS	14
> Tamaños y proporciones.....	14
> Colores.....	16
IMÁGENES: CRITERIOS DE SELECCIÓN.....	17
3. APLICACIONES: CASOS DE USO	18
IMAGEN DE CAMPAÑA.....	18
NOTA DE PRENSA.....	19
> Ejemplo.....	19
DIFUSIÓN POR CORREO ELECTRÓNICO.....	20
NOTICIA EN PÁGINA WEB	21
REDES SOCIALES	22
> Imagen de campaña en Facebook.....	23
> Imagen de campaña en Instagram	24

> Imagen de campaña en LinkedIn	24
> Imagen de campaña en X.....	25
> Ejemplos de aplicación en redes sociales para agrupaciones impares y pares de entidades sin Diputaciones Provinciales.....	26
> Ejemplo 1. Facebook	26
> Ejemplo 2. Instagram	28
> Ejemplo 3. LinkedIn.....	30
> Ejemplo 4. X.....	32
FOLLETO O FLYER	35
> Ejemplo.....	35
DÍPTICO INFORMATIVO.....	36
> Ejemplo.....	37
CARTEL	38
> Ejemplo.....	39
DOSSIER.....	40
VÍDEO.....	42
> Ejemplo de Careta.....	42
> Cierre para vídeos.....	42
ETIQUETADO EQUIPAMIENTO	44
4. INDICADORES DE COMUNICACIÓN.....	46
5. OTRAS CONSULTAS.....	47

1. INTRODUCCIÓN

IDENTIDAD VISUAL DE LA ORDEN CITI

Después de más de dos décadas hablando de las ciudades inteligentes, y gracias a las tecnologías más avanzadas como la inteligencia artificial, Internet de las Cosas o el 5G, podemos decir que en Andalucía estamos muy cerca de alcanzar el objetivo que nos propusimos como “smart región”: la transformación digital de los municipios y del territorio.

Con fecha 11 de diciembre de 2019 se publica en BOJA la Orden de 3 de diciembre de 2019, de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, actualmente Consejería de Universidad, Investigación e Innovación (en adelante CUII), por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de ayudas en especie, en régimen de concurrencia competitiva, para el impulso al desarrollo de ciudades y territorios inteligentes de Andalucía (en adelante, Orden CITI). Esta Orden está enmarcada dentro del [Plan de acción de AndalucíaSmart](#) de la Junta de Andalucía. Dicho Plan ha facilitado que los gobiernos locales puedan crear sus propias estrategias de ciudades inteligentes, contribuyendo a mejorar la vida urbana de la ciudadanía y a incrementar la competitividad de nuestra economía en un entorno de sostenibilidad.

La Orden CITI contempla la financiación, ejecución y el despliegue, en el ámbito de un municipio o territorio, de proyectos que impulsen la transformación sostenible de los diferentes ámbitos que configuran los modelos de ciudad inteligente: Gobernanza, Sociedad, Economía, Entorno, Movilidad, Bienestar y Plataforma Inteligente. En la actualidad, las actuaciones en desarrollo al amparo de las dichas Bases se llevan a cabo con cargo al Programa Operativo Regional Andalucía, Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER). En este sentido, la Administración General del Estado y la Administración de la Junta de Andalucía han acordado utilizar la población de los municipios como criterio de división, correspondiéndole a la administración autonómica la de los municipios de Andalucía con población inferior a 20.000 habitantes

Asimismo es esencial reconocer la dinámica cambiante de las fuentes de financiación, dado que las condiciones establecidas inicialmente se han visto afectadas por la necesidad de adaptarlas a las realidades actuales. Considerando la disponibilidad de fondos procedentes del Programa Operativo FEDER 2021-2027, es fundamental alinearse con las directrices y oportunidades que dicho programa ofrece, asegurando una óptima aplicación de dichos recursos y contribuyendo a la cohesión y desarrollo sostenible de nuestra región. En concreto, el Programa Operativo Andalucía FEDER 2021-2027 recoge el Objetivo específico: *RSO 1.2 El aprovechamiento de las ventajas de la digitalización para los ciudadanos, las empresas, las organizaciones de investigación y las administraciones públicas.*

El despliegue de los proyectos que se desarrollen en el marco de estas ayudas en especie, también contribuye al propósito de exportar una imagen más innovadora y avanzada de la región andaluza, por lo que la coordinación y planificación de la comunicación de estas soluciones tecnológicas resulta primordial.

En la Junta de Andalucía existe una plataforma destinada a conectar todas las iniciativas de la transformación digital de Andalucía y a ser un referente en la comunicación, promoción y prestación de servicios de interés público de carácter innovador bajo el sello “Hecho en Andalucía”. Este es el paraguas en el que se ubican todas las acciones de comunicación y difusión de las iniciativas impulsadas por la Orden CITI, con el objetivo de conectarlas, unificando

criterios de estilo y multiplicando su alcance de lo local hasta lo global, cohesionando el territorio a través de una iniciativa suprarregional.

Así pues, en este Manual de Comunicación y Difusión para los proyectos beneficiarios de la Orden CITI, se especifican las directrices y recomendaciones que todas las entidades beneficiarias deberán tener en cuenta en el lanzamiento y comunicación de las acciones puestas en marcha, así como el reporte de los indicadores de comunicación (apartado 3 del presente documento).

Por todo lo que antecede, se puede resumir que este Manual tiene los siguientes objetivos:

- Cumplir con la identidad visual de las Instituciones que participan en la Orden CITI.
- Definir la imagen de las acciones de comunicación y difusión de los proyectos beneficiarios de la Orden CITI.
- Definir los indicadores de comunicación de los proyectos beneficiarios de la Orden CITI.

Para alcanzar los objetivos, en primer lugar, este Manual define los logotipos que son reglamentarios y sus posibles modulaciones y aplicaciones en función del tipo de entidad seleccionada en la Orden CITI, así como los lemas que deben estar presentes en las diferentes acciones y soportes de comunicación. En segundo lugar, se exponen los elementos básicos que guiarán la imagen conjunta de las acciones de comunicación y difusión de los proyectos beneficiarios de la Orden CITI. En tercer lugar, para facilitar el trabajo de todas las entidades e instituciones implicadas, se elaboran y ponen a disposición de todo el ecosistema las plantillas de uso más frecuentes que puedes descargar [aquí](#).

Para finalizar, se proponen unos indicadores de comunicación que deberían ser recogidos sobre los proyectos incentivados por la Orden CITI.

IMPORTANTE

Este Manual de uso es un documento vivo cuya última versión puede descargarse [aquí](#).

Última actualización:

Los cambios producidos de la versión V3 han sido motivados por la necesaria adaptación al Manual de identidad visual de Fondos Europeos de Andalucía 21-27, disponible en el este [enlace](#). Se hace una adaptación del logo del Ministerio de Hacienda ya que según se publica en este [enlace](#) desaparece el término "y función pública"

Igualmente se ha eliminado la marca "Andalucía Conectada"

La versión actual (V3.1) realiza pequeños ajustes tras la revisión de la Dirección General de Fondos Europeos de la Junta de Andalucía.

CAMPAÑA VISUAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA ORDEN CITI

Con el objetivo de facilitar la difusión de las actuaciones Smart que se están llevando a cabo en Andalucía y en concreto, de los proyectos beneficiarios de la Orden CITI, se ha elaborado una campaña de comunicación dirigida a poner en valor los beneficios y las oportunidades que brindan las “ciudades inteligentes” al conjunto de la ciudadanía.

Las “smart cities” contribuyen a mejorar la vida de la ciudadanía y a incrementar la competitividad de nuestra economía, en un entorno de sostenibilidad. También contribuyen al propósito de exportar una imagen más innovadora y avanzada de la región, atrayendo al talento empresarial.

Cabe decir también, que se desarrollan soluciones inteligentes a problemas reales, generando oportunidades de colaboración entre ciudadanía, empresas y organismos públicos. La Orden CITI supone una forma eficiente y democrática de construir un territorio inteligente, lograr mayor cohesión territorial, atraer actividad económica al ámbito local y fomentar la repoblación de municipios pertenecientes a la “Andalucía vacía”. Así pues, esta campaña nace bajo el lema

“Lo Smart es diseñar ciudades inteligentes para la ciudadanía”

Y la imagen visual:



Esta pieza la denominaremos **“imagen principal de campaña”** y sirve como base para el diseño de todas las aplicaciones de comunicación y difusión, especialmente las incluidas en el presente Manual que se produzcan bajo esta Orden de ayudas (nota de prensa, boletín informativo, noticia web, publicación en redes sociales, cartelería, dossier, vídeo, etiquetado equipamiento, etc.).

IMPORTANTE

DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

2. ELEMENTOS Y NORMAS BÁSICAS DE IDENTIDAD VISUAL

Este Manual se ha desarrollado para garantizar que todos los elementos gráficos que conforman la identidad visual de la Orden CITI (logotipos, colores, tipografía, y arquitectura de diseño) sean empleados de forma correcta, clara y satisfactoria en el marco de los proyectos beneficiarios de esta Orden.

Las pautas que, a continuación se establecen, son indicativas y sirven para mantener una coherencia visual en su conjunto. Por lo que se requiere que todas las entidades que realicen actuaciones en materia comunicación y difusión establecidos según cada caso particular, tengan como referencia los aspectos especificados en el presente documento.

Este Manual es una **herramienta esencial** para las entidades que cofinancian los proyectos beneficiarios de la Orden CITI y en todo caso, solo busca facilitar y agilizar las labores de comunicación y difusión con coherencia visual y corporativa. Con la colaboración de todas las partes, la Orden CITI podrá ser reconocida de forma inequívoca en cada uno de los elementos elaborados, publicados y desarrollados bajo esta iniciativa.

Todos los materiales, imágenes y documentación utilizados evitarán cualquier imagen discriminatoria o estereotipos sexistas y deberán fomentar valores de igualdad, pluralidad de roles y corresponsabilidad entre mujeres y hombres según consta en el Artículo 22, de la citada Orden.

Cualesquiera acciones o materiales creados para la comunicación y difusión de los proyectos beneficiarios de la Orden CITI incluirán:

- Logotipo de la UE con mención a "Cofinanciado por la Unión Europea"
- Logotipo del Ministerio de Hacienda
- Logotipo del "Fondo Europeos"
- Logotipo de la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación.
- Logotipos de las entidades beneficiarias.

LOGOTIPOS Y LEMAS

> Logotipos

En todas las acciones y formatos de comunicación y difusión de los proyectos que se lleven a cabo en el marco de la Orden CITI deberán aparecer los siguientes logotipos ("**logotipos fijos**", en adelante):

- **Cofinanciado por la Unión Europea**
- **Ministerio de Hacienda**
- **Fondos Europeos**
- **Consejería de Universidad, Investigación e Innovación.**

Además, a continuación de ellos, aparecerán también los logotipos de las entidades beneficiarias de la Orden CITI, atendiendo a las siguientes particularidades según el caso:

- **Entidad individual**, el logotipo se aplicará en el lugar que se defina en este Manual para cada acción de comunicación y difusión.
- **Agrupación**, dentro de esta línea existen dos tipos:
 1. Participada por una Diputación Provincial. El logotipo usado será el de la Diputación Provincial que irá en el lugar que se defina en este Manual para cada acción de comunicación y difusión, con las mismas reglas que apliquen al primer caso (Entidad Individual). El alcance territorial de una Diputación Provincial y el número de entidades que pueden llegar a componer estas agrupaciones (más de 80 entidades) justifican esta solución como la más adecuada para la correcta adaptación visual en el diseño de las distintas piezas de comunicación previstas, manteniendo la imagen integral del proyecto como cofinanciado por la Unión Europea.
 2. No participada por una Diputación Provincial. En general, el/los logotipo/s irán en el lugar que se defina en este Manual para cada acción de comunicación y difusión. Atendiendo a este tipo de agrupación hay dos posibilidades:
 - a. Que la agrupación tenga un logotipo propio, en cuyo caso, la agrupación se comportará como lo definido en el punto 1.
 - b. Que tengan que convivir los logotipos de todas las entidades que forman la agrupación, en cuyo caso, los logotipos de las entidades que forman la agrupación irán en un salto de línea diferente a continuación de los "logotipos fijos" tal y como se especifica en las aplicaciones incluidas en este Manual.

Por regla general y salvo algunas excepciones que se indican en el apartado 3. *APLICACIONES: CASOS DE USO* del presente documento, los logotipos se ubicarán en la parte inferior de los soportes y convivirán según se especifica en este Manual.

> Lemas

Se establece como lema de campaña *“Lo smart es diseñar ciudades para las personas”*.

> Convivencia de logotipos y lemas

A continuación se muestra la pastilla (conjunto de logotipos agrupados) que incluye los logotipos de Fondos EUROPEOS y CUII que se aplicará en todos los elementos de comunicación y difusión. Se debe tener en cuenta que:

En la convivencia de logotipos y lemas se tendrá en cuenta algunas indicaciones:

INDICACIONES

1. Los logotipos y los lemas irán preferentemente a todo color. Solo en aquellos casos en que sea necesario por motivos técnicos, podrán aparecer en otras versiones.
2. Todos los logotipos tendrán que ir en la misma versión de color. Es decir, no puede darse el caso de que uno vaya a todo color y el resto en su versión positiva o negativa.
3. Todos los lemas deben ir también en la misma versión de color que los logotipos. Es decir, no puede darse el caso de que uno de los lemas vaya a todo color y el otro no, o que los logotipos vayan a todo color y los lemas no.
4. Los elementos de diseño (logotipos, lemas y slogan) se aplicarán respetando la ordenación y ubicación definidas para cada caso según el número de entidades participantes tal y como se especifica en el presente documento.
5. Los logotipos se deben dimensionar de manera correcta usando las proporciones adecuadas de la plantilla original de manera que no se distorsionen.
6. Solo se deben usar los tamaños recomendados en el presente documento.
7. No se deben añadir otros elementos gráficos al logotipo.
8. No se deben girar los logotipos.
9. Se recomienda el uso de estos logotipos en un fondo blanco o en su defecto, cuando se apliquen en cualquiera de sus versiones, sobre una imagen, se buscará que ésta ofrezca contraste suficiente para facilitar la correcta visibilidad de los logotipos.

> Descarga de logotipos

A continuación, se muestra la pastilla que incluye los logotipos de Fondos EUROPEOS y CUII y que se ha de incluir en todas las acciones de comunicación y difusión de los proyectos beneficiarios de la Orden CITI.

En el fichero vectorial solo aparecen la composición de los "logotipos fijos", el resto de logotipos se deberán incorporar por la o las entidades beneficiarias de la Orden CITI.

PASTILLA composición "logotipos fijos"

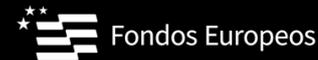
Versión positiva a todo color



Versión positiva



Versión negativa



DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

> Dimensionado y espacios de respeto

A la hora de ubicar varios logotipos juntos hay que contemplar una separación de respeto entre ellos y disponerlos en tamaños proporcionados entre sí. Es un espacio alrededor de la pastilla y entre los logotipos que no debe ser invadido. En el esquema viene marcado por líneas continuas que delimitan el espacio que debe dejarse libre alrededor y entre los logotipos para no entorpecer su legibilidad. Ningún elemento de cualquier tipo debe interferir en este espacio. Para establecer la unidad de medida para las **dimensiones** de los logotipos así como la separación entre ellos y la zona de protección, se toma como referencia la altura del logotipo Cofinanciado por la Unión Europea. La unidad (a) de construcción y separación la obtenemos al

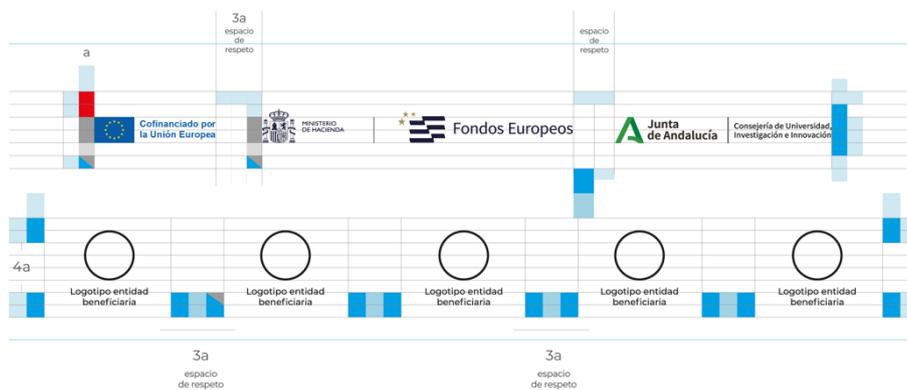
dividir dicha altura en cuatro partes. Se muestra a continuación para los distintos casos que pueden darse.

Dado los diferentes números de logotipos en función de si son entidades beneficiarias individuales o agrupaciones objeto de representación, se establece que sólo en aquellos casos que aparezca representada una única entidad beneficiaria, los logotipos irán justificados en el borde inferior derecho de la página. Para el resto de casos, estos deben ser representados de forma centrada

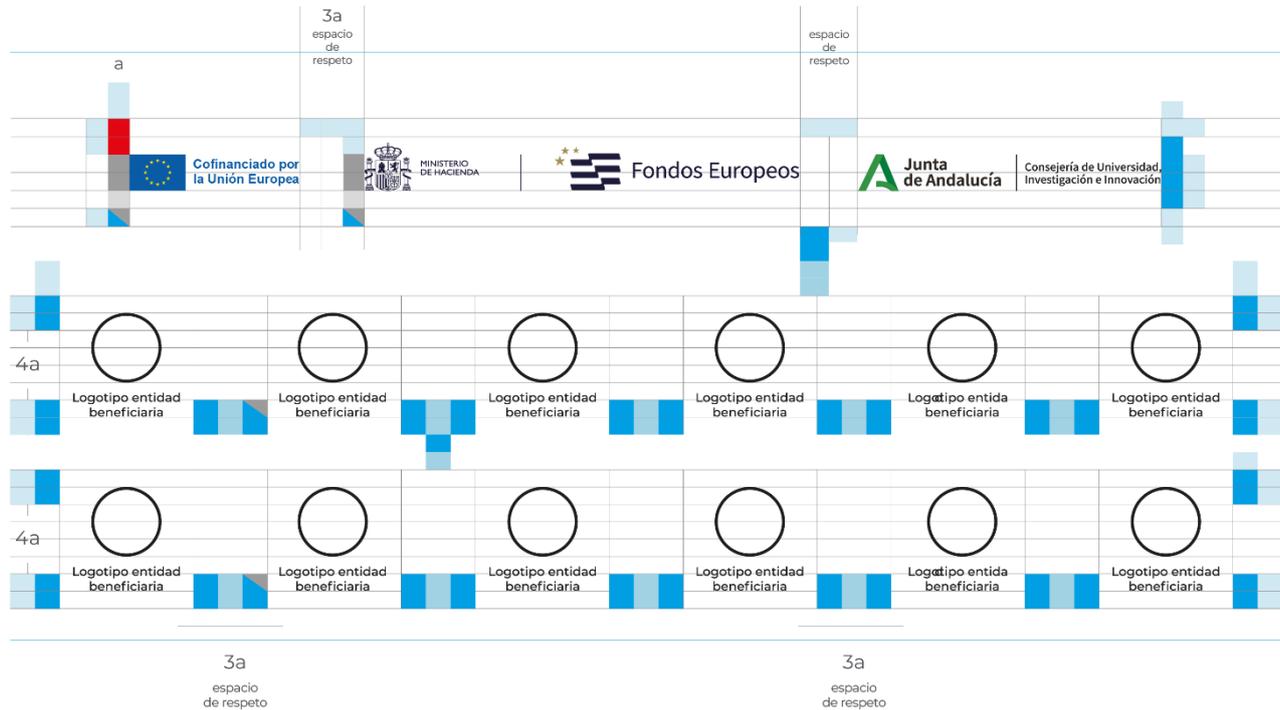
Espaciados de respeto con una entidad beneficiaria (para proyectos individuales o de agrupaciones con presencia de Diputaciones Provinciales):



Espaciados de respeto con cinco entidades beneficiarias (para proyectos de agrupaciones sin presencia de Diputaciones Provinciales):



Espaciados de respeto con doce entidades beneficiarias (para proyectos de agrupaciones sin presencia de Diputaciones Provinciales):



> Tamaño mínimo

La imagen de marca de los logotipos de la Junta de Andalucía tiene que ser percibida con calidad y reconocimiento aceptable según sea el medio de reproducción, con especial importancia de los descriptores en las marcas compuestas con Consejerías o Entes Instrumentales, donde la legibilidad de los textos que formen parte de los logotipos y lemas, debe ser garantizada con un tamaño mínimo de representación.

Las dimensiones a adoptar en cada uno de los casos correspondientes al logotipo de la Junta de Andalucía y la Consejería responderá a lo recogido en el [Manual de Identidad Corporativa de La Junta de Andalucía](#).



TIPOGRAFÍAS

Se indica que se utilizará como **tipografía** principal la familia tipográfica Montserrat. Como tipografía secundaria usaremos el tipo de letra Source Sans Pro.

Ambas familias están disponibles en [Google Fonts](#).

> Tamaños y proporciones

Titulares y textos destacados

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnnopqrstuvwxyz,

1234567890

Montserrat Bold

Subtítulos, textos cortos y entradas

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnnopqrstuvwxyz, 1234567890
 Montserrat Medium

Descargar Montserrat: [Google Fonts](#)

Cuerpos de textos largos

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnnopqrstuvwxyz, 1234567890
 Source Sans Pro

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz, 1234567890
Source Sans Pro Negrita**

[Descargar Source Sans Pro: Google Fonts](#)

La proporción entre los distintos tamaños (titular, subtítular y cuerpo) será aproximadamente 100%, 75% y 45%. Un ejemplo práctico de esta proporción: Para un titular de 20 puntos, el subtítulo tendría 15 puntos y el cuerpo de texto 9 puntos.

En caso necesario, podemos emplear los diferentes pesos y tonos de las familias tipográficas para favorecer la legibilidad y/o el diseño.

> Colores

Pantone 356 C

C92 M24 Y98 K10
R0 G121 B51
#007932

Matiz 80%
Matiz 50%
Matiz 20%

Pantone 7740 C

C79 M18 Y91 K2
R54 G144 B64
#368f3f

Matiz 80%
Matiz 50%
Matiz 20%

Pantone Black C

C69 M66 Y67 K69
R46 G42 B37
#2e2925

Matiz 80%
Matiz 50%
Matiz 20%

Pantone 322 C

C100 M34 Y48 K10
R0 G112 B120
#007078

Cool Gray 7 C

C46 M37 Y34 K0 1
R155 G155 B155
#9b9b9a

Cool Gray 11 C

C69 M54 Y52 K31
R85 G85 B89
#555559

Cool Gray 3 C

C25 M19 Y18 K0 1
R201 G201 B201
#c9c9c9

IMÁGENES: CRITERIOS DE SELECCIÓN

Con el fin de mostrar la transformación inteligente de los territorios de Andalucía beneficiados por la Orden CITI a través de las diferentes acciones de comunicación y teniendo en cuenta la importancia de la imagen como medio de promocionar los proyectos, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Se seleccionarán imágenes que ilustren el proyecto beneficiario asociadas a los conceptos del ecosistema smart en Andalucía, que evoquen la transformación smart del territorio, sin dejar de lado a las personas como destinatarios de estas acciones, así como la implementación de infraestructuras tecnológicas y de sistemas vinculados al desarrollo inteligente.
- Se buscará un aspecto contemporáneo pero cercano, realismo fotográfico para que los colectivos objeto de la comunicación puedan sentirse identificados y un balance entre lo digital y las personas como criterios con los que la fotografía responde a la personalidad visual de los proyectos beneficiarios de la Orden CITI, enmarcados en AndalucíaSmart: lo digital junto a las personas.

Las temáticas sobre las que versarán estas imágenes, podemos clasificarlas en:

A) Imágenes previas al desarrollo del Proyecto:

- Smart cities.
- Tecnología en la sociedad.
- Tecnología y transformación inteligente.
- Personas.
- Servicios y tecnología.
- Infografías explicativas del proyecto.
- Abstractas y/o aspiracionales.

B) Imágenes del desarrollo del proyecto:

- Implementación del proyecto (digital y aplicación al territorio).
- Las personas y el proyecto (equipo y ciudadanía).
- Presentaciones y eventos.

Además se tendrá en cuenta:

- Todos los materiales, imágenes y documentación utilizados evitarán cualquier imagen discriminatoria o estereotipos sexistas y deberán fomentar valores de igualdad, pluralidad de roles y corresponsabilidad entre mujeres y hombres según consta en el Artículo 22 de la Orden CITI.
- El uso y aplicación de imágenes (fotografías, diagramas, dibujos, gráficos, mapas, etc.), en cualquier soporte, deberán respetar la Ley de Propiedad Intelectual española y garantizar los derechos de autoría. Solo podrán usarse imágenes cuyos autores hayan expresado su autorización de uso, imágenes adquiridas o bien imágenes libres de derechos de autor (ver licencias [Creative Commons](#)).

3. APLICACIONES: CASOS DE USO

IMAGEN DE CAMPAÑA

A continuación, se muestra la imagen de campaña que podrá ser utilizada en todas las acciones de comunicación y difusión que se realicen para dar a conocer y promocionar los proyectos beneficiarios. A esta imagen de campaña se le podrá incluir el logotipo o logotipos de las entidades beneficiarias siguiendo las recomendaciones de este Manual.



Consejería de Universidad,
Investigación e Innovación

DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

NOTA DE PRENSA

Cuando los proyectos beneficiarios lleven a cabo comunicaciones a través del formato de nota de prensa a medios tendrán en cuenta las indicaciones que aparecen a continuación:

- En la Nota de Prensa deberá constar siempre el siguiente texto:

“La Orden CITI de ayudas en especie enmarcada en la iniciativa AndalucíaSmart, tiene como objetivo impulsar aquellos proyectos que favorezcan el proceso de transformación inteligente de las ciudades y territorios de Andalucía, especialmente en municipios con menores recursos, como son los de población inferior a 20.000 habitantes. Los proyectos beneficiarios de esta Orden de ayudas se ejecutan y despliegan por la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación de la Junta de Andalucía, y están cofinanciados por el programa FEDER Andalucía 2021-2027 y las entidades beneficiarias de los proyectos.” *(eliminar las comillas cuando se utilice el párrafo y hacerlo de forma íntegra).*

- En el Titular se aconseja nombrar siempre el Nombre del Proyecto impulsado por la Orden CITI.
- Se recomienda añadir la imagen de campaña acompañando a la nota de prensa.

A continuación se propone un ejemplo de plantilla que se puede editar para adecuar a cada caso:

> Ejemplo

Títular: El (Nombre del Proyecto impulsado por la Orden CITI) apuesta por (el objeto del proyecto)

Entradilla: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean lorem libero, imperdiet id semper quis, gravida id tortor. Aenean libero orci, facilisis vel ante consectetur, egestas imperdiet magna. Etiam at lorem euismod, tincidunt dui id, mollis lacus. Etiam dignissim eu massa nec euismod. Vestibulum sodales sem eu mi tincidunt tempor.

La Orden CITI de ayudas en especie enmarcada en la iniciativa AndalucíaSmart, tiene como objetivo impulsar aquellos proyectos que favorezcan el proceso de transformación inteligente de las ciudades y territorios de Andalucía, especialmente en municipios con menores recursos, como son los de población inferior a 20.000 habitantes. Los proyectos beneficiarios de esta Orden de ayudas se ejecutan y despliegan por la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía. Son financiados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y las entidades beneficiarias de los proyectos.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean lorem libero, imperdiet id semper quis, gravida id tortor. Aenean libero orci, facilisis vel ante consectetur, egestas imperdiet magna. Etiam at lorem euismod, tincidunt dui id, mollis lacus. Etiam dignissim eu massa nec euismod. Vestibulum sodales sem eu mi tincidunt tempor. Pellentesque quis dui lobortis, mattis lacus eu, vulputate urna. In sit amet leo at nisi aliquet ultrices sit amet eget ipsum. Vivamus sit amet metus ullamcorper, fimbis magna sed, sollicitudin turpis. Mauris vel euismod arcu. Nam tincidunt enim a urna convallis, eget vestibulum nisi fermentum. Nam in massa viverra ex laoreet condimentum at quis nulla. Curabitur convallis quam leo, at cursus eros varius nec.

DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

DIFUSIÓN POR CORREO ELECTRÓNICO

Su uso estará destinado a la promoción del proyecto a través de correo electrónico.

Sobre el contenido y de manera obligatoria:

- En el asunto se nombrará siempre que sea posible el nombre del proyecto impulsado por la Orden CITI.
- En la difusión por correo electrónico deberá constar siempre el siguiente texto:

“La Orden CITI de ayudas en especie enmarcada en la iniciativa AndalucíaSmart, tiene como objetivo impulsar aquellos proyectos que favorezcan el proceso de transformación inteligente de las ciudades y territorios de Andalucía, especialmente en municipios con menores recursos, como son los de población inferior a 20.000 habitantes. Los proyectos beneficiarios de esta Orden de ayudas se ejecutan y despliegan por la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación de la Junta de Andalucía, y están cofinanciados por el programa FEDER Andalucía 2021-2027 y las entidades beneficiarias de los proyectos.” *(eliminar las comillas cuando se utilice el párrafo y hacerlo de forma íntegra).*

- Se deberán añadir los logotipos y lemas pudiendo escoger entre dos opciones:
 - a. Incluir la pastilla de los logotipos fijos en el pie del mailing y el nombre del proyecto, este último si existiera alguna creatividad.



- b. Se puede incluir directamente la *IMAGEN DE CAMPAÑA* o bien utilizarla como plantilla pudiendo modificar todos los elementos excepto logos y lemas.

- Se recomienda que el tamaño y las proporciones de la tipografía deberán seguir las recomendaciones recogidas en el presente Manual (ver apartado *TIPOGRAFÍAS*).

DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

NOTICIA EN PÁGINA WEB

Al fin de dar a conocer la iniciativa a la ciudadanía se ofrecerá información actualizada sobre el proyecto en la web de las entidades beneficiarias. Para la correcta aplicación de logotipos y lemas se seguirán, para ello, las siguientes pautas:

Sobre el contenido y de manera obligatoria:

- En el Titular de la noticia se deberá nombrar siempre el nombre del proyecto beneficiario de la Orden CITI, intentando que el objeto del mismo también quede claro.
- En la noticia en la web deberá constar siempre el siguiente texto:

“La Orden CITI de ayudas en especie enmarcada en la iniciativa AndalucíaSmart, tiene como objetivo impulsar aquellos proyectos que favorezcan el proceso de transformación inteligente de las ciudades y territorios de Andalucía, especialmente en municipios con menores recursos, como son los de población inferior a 20.000 habitantes. Los proyectos beneficiarios de esta Orden de ayudas se ejecutan y despliegan por la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación de la Junta de Andalucía, y están cofinanciados por el programa FEDER Andalucía 2021-2027 y las entidades beneficiarias de los proyectos.” *(eliminar las comillas cuando se utilice el párrafo y hacerlo de forma íntegra).*

- Se deberán añadir los logotipos y lemas, pudiendo escoger entre dos opciones:
 - a. Incluir la pastilla de logotipos fijos en el pie de la noticia acompañando al nombre del proyecto, este último si existiera alguna creatividad.



- b. Se puede incluir directamente la *IMAGEN DE CAMPAÑA* o bien utilizarla como plantilla pudiendo modificar todos los elementos excepto logos y lemas.

Se recomienda:

- La tipografía y los colores serán siempre los recomendados en el presente Manual.
- Utilizar enlaces externos a la web donde esté publicada la información de manera oficial.

DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

REDES SOCIALES

Se debe hacer promoción de los proyectos beneficiados de la Orden CITI a través de las redes sociales (preferiblemente desde los canales oficiales de las entidades beneficiarias). Las redes sociales son un excelente canal para difundir el proyecto y sus resultados, y mantener informado al público objetivo de los hitos más destacables de la iniciativa.

En el caso concreto de que la entidad beneficiaria estime la necesidad de crear perfiles específicos en las diferentes redes sociales con el objeto de promocionar el proyecto, se sugiere que se realice en coordinación con CUII, informando previamente a la creación del canal.

Los textos o copys de los post publicados en redes sociales por parte de las entidades beneficiarias deben incluir la mención a la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación (@UniversidadAnd) y a los Fondos Europeos en Andalucía (@UE_ANDALUCIA), además de incluir el hashtag #AndalucíaSmart.

A continuación, se incluyen otros hashtag de interés que se recomiendan incorporar en los copys o textos de las publicaciones (atendiendo a cada caso concreto y a su idoneidad):

#OrdenCITI, #SmartCity, #TerritorioInteligente, #TransformaciónInteligente, #Tecnología, #5G, #MadeInAndalucía, #FEDER.

Se deben seguir las recomendaciones sobre el uso de logotipos, lemas, slogan, frase oficial, texto, tipografías y colores del apartado 1 del presente Manual y tener en cuenta la imagen de campaña. Para el fondo de las imágenes uno de los dos colores recomendados en el presente Manual. Para los destacados se usará uno de los tonos dedicados a los elementos principales y dependerá del contraste con la imagen de fondo.

Para la publicación de imágenes en los perfiles de las redes sociales de las entidades beneficiarias con el objeto de promocionar los proyectos se deberán seguir las siguientes pautas:

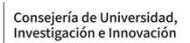
1. Incluir una imagen relacionada con la temática recomendada en el presente Manual. (ver sección *IMÁGENES: CRITERIOS DE SELECCIÓN*).
2. Incluir en la imagen los logotipos indicados ("logotipos fijos" más el de las entidades beneficiarias).
3. Incluir la frase "Proyecto impulsado por la Orden CITI"
4. Incluir como lema "Lo smart es diseñar ciudades para las personas".
5. Incluir el Hashtag #AndalucíaSmart.

Con el objeto de facilitar el trabajo de difusión de los proyectos, seguidamente, se ofrecen los ejemplos de las publicaciones -siguiendo las recomendaciones de uso de este Manual- para las principales redes sociales (Facebook, LinkedIn, X e Instagram), tanto para los proyectos con una única entidad beneficiaria como para más entidades beneficiarias.

> Imagen de campaña en Facebook

Para las publicaciones en Facebook se ofrece el ejemplo:

Imagen post Facebook (1200 x 628 px)



> Imagen de campaña en Instagram

Para las publicaciones en Instagram se ofrecen dos ejemplos para publicaciones o *stories*

**Imagen post Instagram
(1080 x 1080 px)**



**Imagen para Instagram Stories
(1127 x 2008 px)**



> Imagen de campaña en LinkedIn

Para las publicaciones en LinkedIn se ofrece el ejemplo:

**Imagen disposición horizontal
(1200 x 628 px)**



> Imagen de campaña en X

Para las publicaciones en X se ofrecen dos ejemplos.

Publicación Twitter (400 x 400 px)



Publicación Twitter horizontal (1200x 675 px)



> Ejemplos de aplicación en redes sociales para agrupaciones impares y pares de entidades sin Diputaciones Provinciales

Con el fin de mostrar ejemplos para proyectos donde participen más de una entidad beneficiaria, a continuación, se muestran dos ejemplos diferentes de agrupaciones de entidades beneficiarias donde no esté incluida una Diputación Provincial. Por un lado, una agrupación impar (en los casos siguientes se ilustran con el ejemplo de 5 entidades beneficiarias) y por otro lado, una agrupación par (en los casos siguientes con el ejemplo de 12 entidades beneficiarias). De esta forma, se enseñan publicaciones para aplicar en redes sociales que puedan servir para todos los tipos de agrupaciones existentes en esta convocatoria.

Se recuerda que, según se recoge en 2. *ELEMENTOS Y NORMAS BÁSICAS DE IDENTIDAD VISUAL* para el caso de agrupaciones donde sí esté incluida una Diputación Provincial como componente de esta, se deben tomar como referencia la aplicación de reglas sobre uso de logotipos como si de un proyecto con una entidad individual se tratara, usando el logotipo de la Diputación Provincial además de los "logotipos fijos".

> Ejemplo 1. Facebook

Para agrupaciones impares de entidades (se constituye con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 Facebook (agrupaciones impares)



Slide 2 Facebook (agrupaciones impares)



Para agrupaciones pares de entidades (se constituye con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 Facebook (agrupaciones pares)



Slide 2 Facebook (agrupaciones pares)



> Ejemplo 2. Instagram

Para las publicaciones en Instagram se ofrecen dos ejemplos para publicaciones o *stories*.

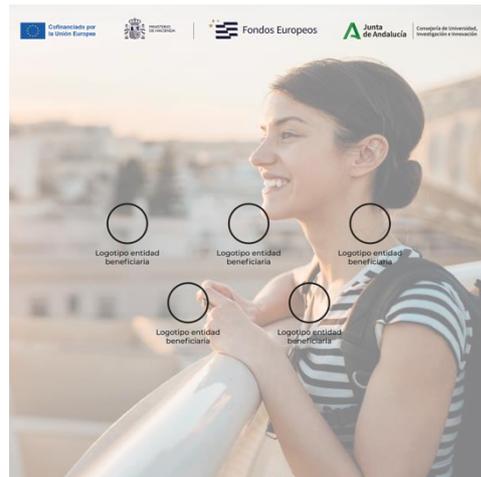
- **Post Instagram (1080 x 1080 px).**

Para agrupaciones impares de entidades (se constituye con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 Instagram (agrupaciones impares)



Slide 2 Instagram (agrupaciones impares)

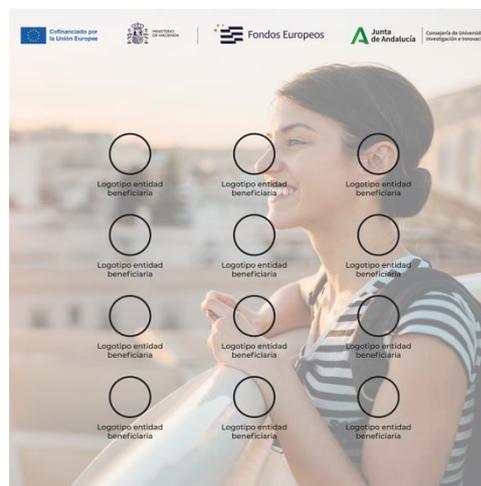


Para agrupaciones pares de entidades (se constituye con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 Instagram (agrupaciones pares)



Slide 2 Instagram (agrupaciones pares)



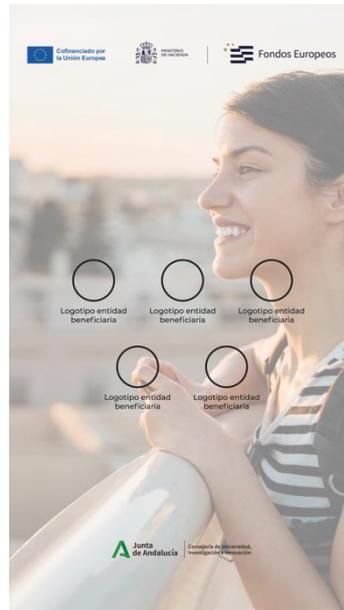
- **Post Instagram Stories (1127 x 2008 px).**

Para agrupaciones impares de entidades (se constituye con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 Instagram Stories (agrupaciones impares)



Slide 2 Instagram Stories (agrupaciones impares)



Para agrupaciones pares de entidades (se constituye con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 IG Stories (agrupaciones pares)



Slide 2 IG Stories (agrupaciones pares)



> Ejemplo 3. LinkedIn

Para las publicaciones en LinkedIn se ofrece el ejemplo de una imagen con disposición en horizontal (1200 x 628 px).

Para agrupaciones impares de entidades (se constituyen con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 LinkedIn (agrupaciones impares)



Slide 2 LinkedIn (agrupaciones impares)



Para agrupaciones pares de entidades (se constituye con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 LinkedIn (agrupaciones pares)



Slide 2 LinkedIn (agrupaciones pares)



> Ejemplo 4. X

Para las publicaciones en X se ofrecen dos ejemplos.

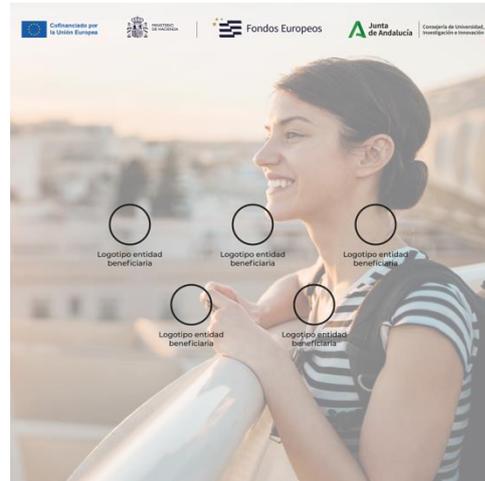
- **Publicación en X (400 x 400 px).**

Para agrupaciones impares de entidades (se constituyen con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 en X (agrupaciones impares)



Slide 2 en X (agrupaciones impares)

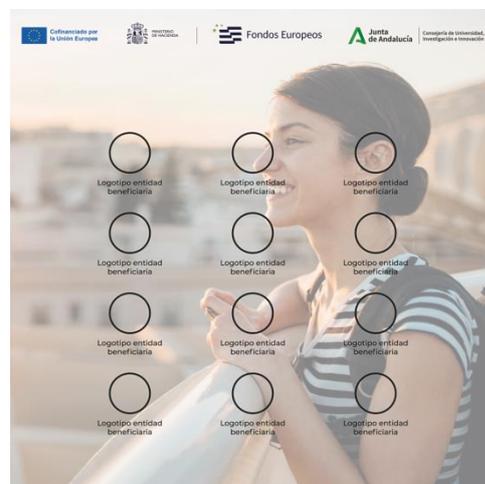


Para agrupaciones pares de entidades (se constituye con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 en X (agrupaciones pares)



Slide 2 en X (agrupaciones pares)



- **Publicación en X horizontal (1200 x 675 px).**

Para agrupaciones impares de entidades (se constituyen con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 en X (agrupaciones impares)



Slide 2 en X (agrupaciones impares)



Para agrupaciones pares de entidades (se constituye con dos *slides* o diapositivas):

Slide 1 en X (agrupaciones pares)



Slide 2 en X (agrupaciones pares)



DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

FOLLETO O FLYER

El folleto o flyer es un buen instrumento de promoción para dar a conocer el proyecto y las soluciones innovadoras que se están llevando a cabo dentro de la iniciativa. Se recomienda un uso sostenible de este formato impreso.

En el caso de realizar un folleto promocional del proyecto, se debe tener en cuenta los siguientes parámetros:

- Debe aparecer la pastilla con "logotipos fijos" , acompañando a la frase "Proyecto impulsado por la Orden CITI", además el hashtag #AndalucíaSmart a semejanza de la imagen de campaña. Con respecto al resto de componentes, imagen, textos, llamadas a la acción y a otros componentes que se consideren necesarios incluir, se podrá elegir lo que más se adecúe a las necesidades.
- El tamaño y las proporciones de la tipografía deberá seguir siempre las recomendaciones recogidas en el presente Manual (apartado *TIPOGRAFÍAS*).

Seguidamente se muestra un único ejemplo que variará según las entidades beneficiarias que conformen el proyecto (individual o agrupaciones con Diputaciones y agrupaciones sin Diputaciones Provinciales con un número par e impar de entidades).

> Ejemplo

Folleto para proyectos individuales o de agrupaciones con Diputaciones Provinciales



Folleto para proyectos de agrupaciones impares de entidades



Folleto para proyectos de agrupaciones pares de entidades



DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

DÍPTICO INFORMATIVO

El díptico puede ser un formato comunicativo idóneo para difundir en reuniones, networking, y presentaciones en directo. Se recomienda un uso sostenible de este formato impreso.

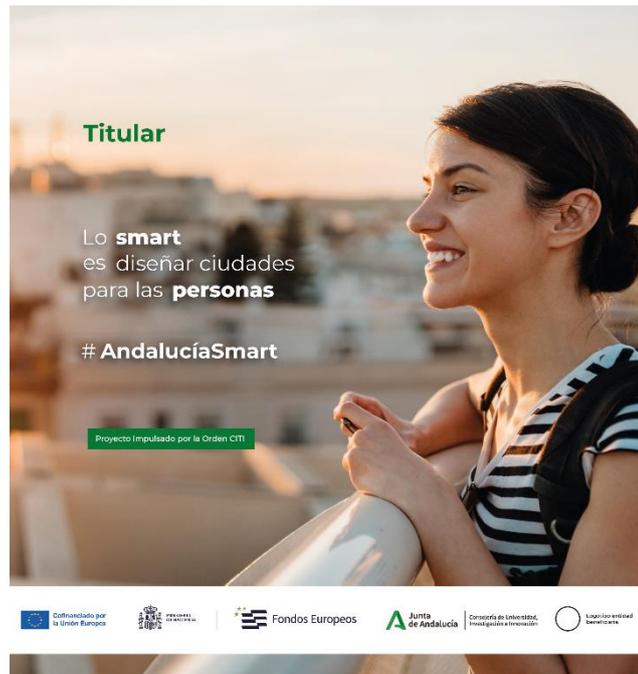
En el caso de realizar un díptico promocional del proyecto, se debe tener en cuenta los siguientes parámetros:

- Debe aparecer la pastilla con "logotipos fijos" , acompañando a la frase "Proyecto impulsado por la Orden CITI", además el hashtag #AndalucíaSmart a semejanza de la imagen de campaña. Con respecto al resto de componentes, imagen, textos, llamadas a la acción y a otros componentes que se consideren necesarios incluir, se podrá elegir lo que más se adecúe a las necesidades.
- El tamaño y las proporciones de la tipografía deberá seguir siempre las recomendaciones recogidas en el presente Manual (apartado *TIPOGRAFÍAS*).

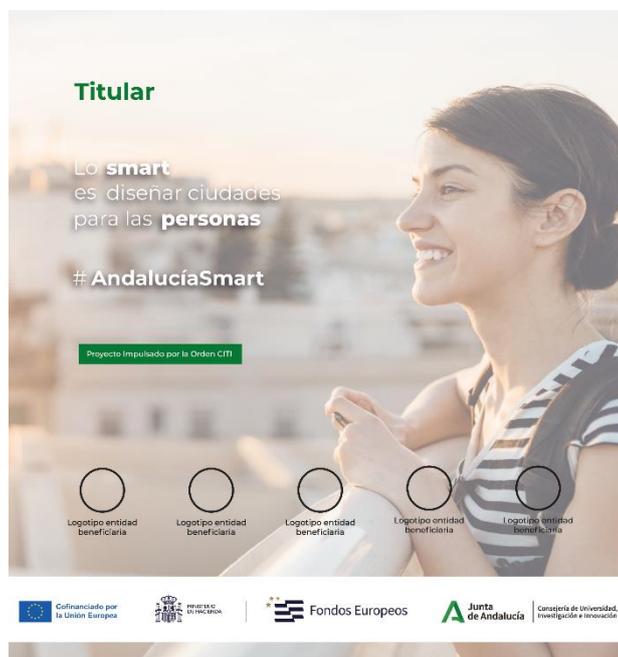
Seguidamente se muestra un único ejemplo que variará según las entidades beneficiarias que conformen el proyecto (individual o agrupaciones con Diputaciones y agrupaciones sin Diputaciones Provinciales con un número par e impar de entidades).

> Ejemplo

Díptico para proyecto individual o de agrupaciones con Diputaciones Provinciales



Díptico para proyectos de agrupaciones impares de entidades



Díptico para proyectos de agrupaciones pares de entidades



IMPORTANTE

DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

CARTEL

El cartel es una buena acción de difusión que puede ser utilizado en el proyecto para anunciar un evento de presentación, un encuentro o dar a conocer el proyecto en la localidad o municipio.

En el caso de realizar un folleto promocional del proyecto, se debe tener en cuenta los siguientes parámetros:

- Debe aparecer la pastilla con "logotipos fijos" , acompañando a la frase "Proyecto impulsado por la Orden CITI", además el hashtag #AndalucíaSmart a semejanza de la imagen de campaña. Con respecto al resto de componentes, imagen, textos, llamadas a la acción y a otros componentes que se consideren necesarios incluir, se podrá elegir lo que más se adecúe a las necesidades.

- El tamaño y las proporciones de la tipografía deberá seguir siempre las recomendaciones recogidas en el presente Manual (apartado *TIPOGRAFÍAS*).

Seguidamente se muestra un único ejemplo que variará según las entidades beneficiarias que conformen el proyecto (individual o agrupaciones con Diputaciones y agrupaciones sin Diputaciones Provinciales con un número par e impar de entidades).

> Ejemplo

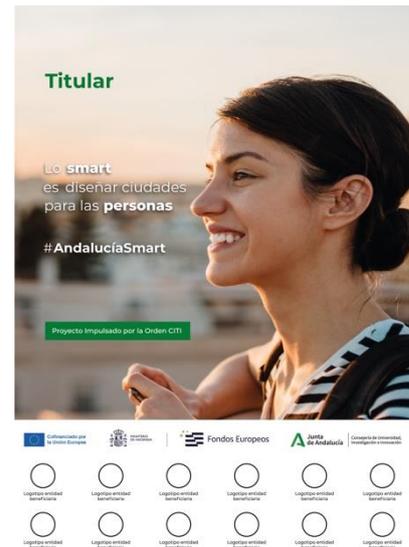
Cartel para proyecto individual o de agrupaciones con Diputaciones Provinciales



Cartel para proyectos de agrupaciones impares de entidades



Cartel para proyectos de agrupaciones pares de entidades



IMPORTANTE

DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

Cierre dossier

Las plantillas que se han realizado y que podrán descargarse, están concebidas para que se incorporen en la tabla, y en el lugar definido para ello, el o los logotipos correspondientes.



Se utilizará la misma imagen de cierre para cualquier dossier sin importar el número de entidades beneficiarias de los proyectos.

IMPORTANTE

DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

VÍDEO

Se podrán producir vídeos para contar la actualidad y los avances de los proyectos o como apoyo para su difusión en alguna campaña, ya sea solo o acompañando a otro contenido (por ejemplo, un post en redes sociales).

Toda pieza audiovisual producida para promocionar este proyecto deberá:

1. Incluir subtítulos.
2. El cierre del audiovisual deberá incorporar los "logotipos fijos", tomando como referencia lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía.
3. Seguir las recomendaciones sobre texto, tipografías y colores del presente Manual.

A continuación, se aportan algunas recomendaciones para la elaboración de los vídeos:

1. Los vídeos deben cumplir los requisitos mínimos de calidad, en cuanto a sonido, imagen, edición y otros elementos.
2. Formato horizontal.
3. Duración aproximada de 2 minutos. Los vídeos que no sean didácticos, sino que se utilicen en las redes sociales con objetivos de comunicar deberán tener una duración de como máximo 1 minuto.
4. Apostar por un tono más cercano, inspirador y divulgativo.
5. Inclusión de testimonios para dar mayor valor al contenido del vídeo.

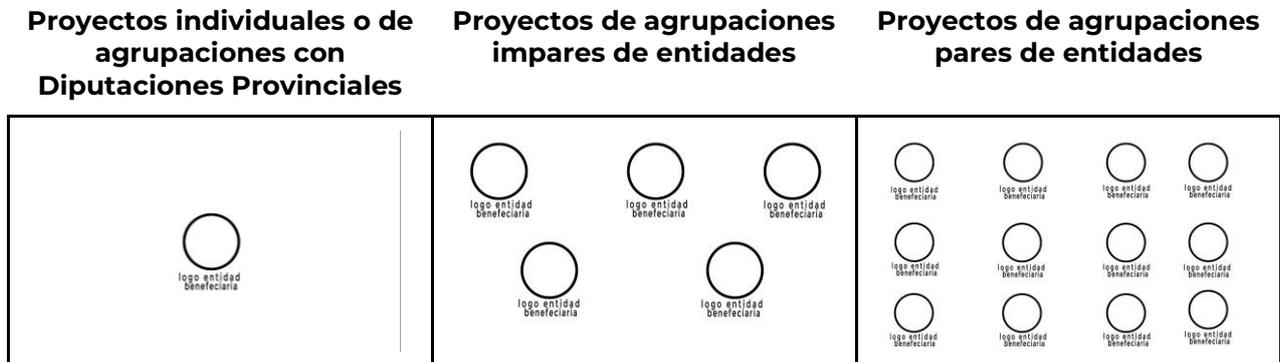
> Ejemplo de Careta



> Cierre para vídeos

El cierre de los vídeos se compone de dos elementos:

1. Un primer fragmento de vídeo donde se dispondrán en una cartela, jugando con el fundido a blanco, los logotipos de las entidades beneficiarias dispuestos según el caso. (Este primer fragmento no se incluye, por razones obvias, dentro de las plantillas):



2. Un segundo fragmento compuesto por dos carátulas, la primera constituida por los "logotipos fijos" y finalmente la carátula solo con el logotipo de la Junta de Andalucía. Este segundo fragmento estará como descargable dentro de las plantillas del Manual.



IMPORTANTE

DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

ETIQUETADO EQUIPAMIENTO

Todo el equipamiento físico debe estar identificado mediante el grabado en superficies claramente visibles, por métodos indelebles y no separables de las mismas.

La siguiente información deberá ser recogida en el etiquetado:

- Logotipos:

Se deben incluir los "logotipos fijos". En el caso en el que el logotipo de CUII no sea legible se utilizará el logotipo genérico de la Junta de Andalucía.

Si fuera posible por el espacio disponible, se podrían incluir los logotipos de las entidad beneficiarias, siempre a la derecha del de CUII. Por razones de tamaño y visibilidad esta opción sería sólo evaluable para proyectos individuales o en proyectos de agrupaciones con Diputaciones Provinciales.

- El número de serie irá en el lugar reservado para ello en el ejemplo que se muestra en este apartado.
- Arriba del número de serie se ha de incluir la frase: "Equipo cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional" (*eliminar las comillas cuando se utilice el texto*).

Se muestran, seguidamente, ejemplos de etiquetas con el logotipo de una entidad beneficiaria para diferentes soportes o equipamientos incluyendo la información que debe incorporarse (tamaño grande, mediano y pequeño).

Ejemplo de etiqueta tamaño grande (proyectos individuales o de agrupaciones con Diputaciones Provinciales).



Ejemplo de etiqueta tamaño mediana (proyectos individuales o de agrupaciones con Diputaciones Provinciales).



Ejemplo de tamaño pequeño (proyectos individuales o de agrupaciones con Diputaciones Provinciales).



IMPORTANTE

DESCARGA DE MATERIAL DE DISEÑO

Todas las **plantillas y logotipos** que se mencionan en el presente documento se pueden descargar desde el siguiente enlace:

[DESCARGAR PLANTILLAS Y LOGOTIPOS](#)

4. INDICADORES DE COMUNICACIÓN

Las entidades adjudicatarias de los proyectos licitados en el marco de la Orden CITI deberán recopilar todas las actuaciones de comunicación y difusión desarrolladas por la/as entidad/es beneficiarias y las pondrán a disposición del órgano gestor, que será la encargada de recoger el impacto de las acciones de comunicación y difusión puestas en marcha, para su seguimiento, conforme a las directrices que marcadas en el Manual de Indicadores de Comunicación del programa FEDER 2021-2027, que a fecha de redacción de este documento tiene una fecha de actualización de enero de 2024. En el mismo se recogen los siguientes:

Indicadores de realización:

- COI01: Entradas publicadas en redes sociales
- COI02: Actuaciones en medios
- COI03: Eventos celebrados

Indicadores de resultado

- CRI01: Personas receptoras de entradas de redes sociales
- CRI02: Personas receptoras de actuaciones en medios
- CRI03: Asistentes a eventos

Se pueden consultar los detalles sobre la descripción y medición de cada uno de los indicadores incluidos en el Manual de Indicadores de Comunicación del programa FEDER 2021-2027 a través de la siguiente URL

<https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp2020/c/Paginas/IC.aspx>

En caso de duda o consulta, se habilita el buzón de atención a los asuntos de comunicación y difusión de la Orden CITI que se indica en el apartado 5 de este Manual.

5. OTRAS CONSULTAS

Las indicaciones establecidas en este Manual de difusión e indicadores de seguimiento de la Orden CITI, son desarrolladas como instrumento que deben seguir las acciones de comunicación y difusión que se realicen en el marco de los proyectos beneficiarios de esta Orden.

Además, el presente Manual puede ser utilizado como guía para aquellas acciones de comunicación y difusión de los proyectos que se realicen en el ámbito de las entidades beneficiarias, contribuyendo, así mismo, a una imagen homogénea, innovadora y avanzada de la región andaluza. De esta manera, la Orden CITI podrá ser reconocida de forma inequívoca en cada uno de los elementos de comunicación y difusión desarrollados bajo esta Orden de ayudas en especie.

No obstante, conedores de que pueden surgir particularidades que no estén recogidas en el Manual, se pone a disposición un buzón de atención a los asuntos de comunicación y difusión de la Orden CITI para recoger y dar respuesta a todas las cuestiones que no estén contempladas en el presente Manual. Cualquier consulta o envío de información se realizará a través de la dirección de correo electrónico citi.andaluciasmart.cuii@juntadeandalucia.es, indicando en el asunto “[COMUNICACIÓN] + identificación del proyecto”.

BUZÓN DE ATENCIÓN COMUNICACIÓN

- Escribir las dudas o consultas a la cuenta de correo: citi.andaluciasmart.cuii@juntadeandalucia.es.
- Asunto: “[COMUNICACIÓN] + identificación del proyecto”

