

Evaluación de la Estrategia de Comunicación del PDR de Extremadura 2014-2020

**REALIZACIÓN DE LAS TAREAS DE
EVALUACIÓN CORRESPONDIENTES
A LA ANUALIDAD 2019 DEL
PROGRAMA DE DESARROLLO
RURAL DE EXTREMADURA 2014-
2020**

8 de julio de 2019



Unión Europea

Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural

Europa invierte en las zonas rurales

Índice

1. INTRODUCCIÓN	2
2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	4
2.1. La Estrategia de Información y Publicidad del PDR de Extremadura .4	
2.2. La planificación de las medidas de información y publicidad	5
2.3. Las herramientas de comunicación para la difusión del PDR.....	9
3. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD: ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES	11
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE MEDIDAS A ADOPTAR	19

1. INTRODUCCIÓN

La gestión de las actividades de Información y Publicidad constituye una obligación establecida en los reglamentos comunitarios. De esta forma, uno de los pilares fundamentales sobre los que se debe asentar la comunicación es la elaboración de una Estrategia de Información y Publicidad a siete años, de acuerdo con el artículo 13 del Reglamento de Ejecución (UE) N° 808/2014.

El principal instrumento para establecer las medidas en materia de información y publicidad necesarias tanto para dar una mayor notoriedad y transparencia a las actuaciones cofinanciadas y los resultados obtenidos en el ámbito del desarrollo rural gracias a ellas, como para determinar las responsabilidades y funciones que han de desempeñar las diferentes partes implicadas en la ejecución y gestión del PDR de Extremadura 2014-2020, es la **Estrategia de Información y Publicidad del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura 2014-2020**.



Esta Estrategia establece en su contenido:

- + El alcance y objetivos de la Estrategia, así como los grupos destinatarios de las actuaciones previstas.
- + El contenido de las medidas de información y comunicación por tipo de destinatario de las mismas, y las herramientas a utilizar para su desarrollo.
- + El presupuesto indicativo para la aplicación de la Estrategia.
- + Los organismos administrativos responsables de la aplicación de las medidas de información y publicidad.
- + El papel de la Red Rural Nacional en la comunicación de los PDR.
- + Los mecanismos instaurados para el seguimiento y evaluación de la Estrategia.

El proceso de evaluación de la Estrategia de Información y Publicidad tiene la finalidad, de acuerdo al punto 1.1 apartado f del Anexo III del Reglamento (UE) n° 808/2014, de valorar la visibilidad y difusión del PDR y de sus operaciones, así como del papel desempeñado por el FEADER y la Unión, es decir, aportar una medición y una valoración de la eficacia de las actividades de información y publicidad emprendidas.

La Estrategia definida en el caso del PDR de Extremadura plantea la recogida de datos para completar el sistema de indicadores definido. Esta actividad, de periodicidad anual en el caso de los indicadores de ejecución y resultados, es preciso tenerla en cuenta para llevar a cabo los informes de evaluación previstos en las anualidades 2019 y 2022, que acompañarán los Informes Anuales de Ejecución de esas anualidades, presentándose en los

Comités de Seguimiento de 2020 y 2023. Es por ello, que se ha considerado conveniente añadir los ejercicios de evaluación de la Estrategia de Información y Publicidad entre las tareas establecidas en el Plan de Evaluación de cara a su desarrollo por parte del equipo evaluador.

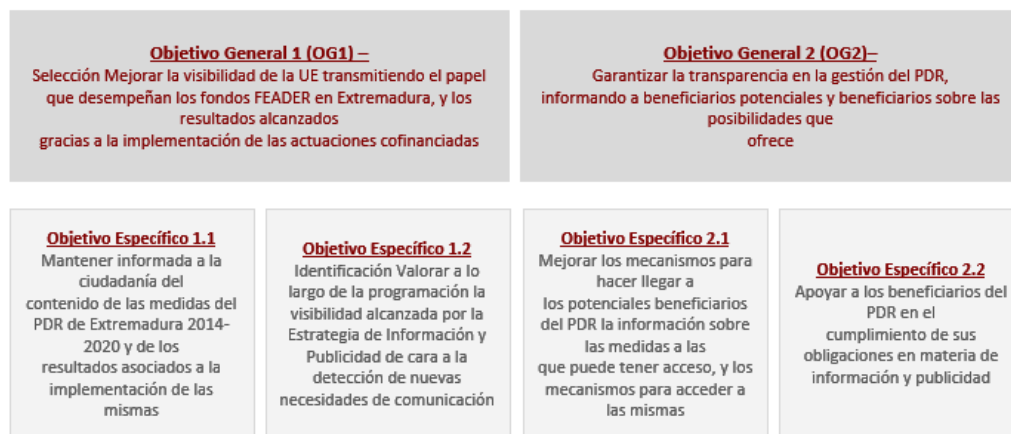
Los informes de evaluación desarrollados en este ámbito contemplan, de acuerdo a lo establecido en la Estrategia de Información y Publicidad, la metodología empleada para la recogida de información, el análisis de las medidas de información y publicidad implementadas, el análisis del sistema de indicadores, y conclusiones y recomendaciones de medidas a adoptar.

2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

2.1. La Estrategia de Información y Publicidad del PDR de Extremadura

La Estrategia de Información y Publicidad se basa en el establecimiento de unos objetivos orientados a acercar todo lo posible el Programa de Desarrollo Rural al conjunto de la ciudadanía, garantizando niveles adecuados de transparencia. Su orientación final se basa en la formulación de tres objetivos generales, que se concretan en a su vez en objetivos específicos siguiendo el siguiente esquema:

OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD



Por consiguiente, la formulación estratégica planteada en materia de comunicación aporta elementos positivos en dos vertientes complementarias y que se refuerzan mutuamente:

- + La relativa a aumentar la visibilidad del PDR gracias a la difusión de resultados alcanzados.
- + La correspondiente a la mejora de la transparencia en términos de posibilidades que ofrece el PDR y de su gestión.

Con el fin de maximizar el alcance e impacto de la Estrategia, las medidas y acciones que contiene se dirigen a diversos colectivos de destinatarios, los cuales presentan diferentes características e intereses y, por tanto diferentes necesidades de información. Estos grupos son, según se recoge en la Estrategia, los siguientes:

- + Los **beneficiarios**, identificados como cualquier organismo, público o privado, responsable de iniciar o de iniciar y ejecutar las operaciones.

Se consideran dos subgrupos fundamentales en este grupo:

- Los beneficiarios públicos que tienen la consideración de Órganos Gestores en el ámbito de la Administración Pública, como entidades encargadas de gestionar eficientemente las operaciones cofinanciadas.
- Los beneficiarios privados de regímenes de ayuda como perceptores directos de los fondos.
- + Los **beneficiarios potenciales**, o grupo que identifica a todos aquellos que pueden estar interesados en el acceso a la financiación del PDR. Entre ellos, cabe destacar:
 - Las agrupaciones de productores reconocidas, posibles receptoras de ayudas.
 - Las entidades prestadoras de servicios de formación e información.
 - Los promotores de los proyectos en general, como PYMEs, agricultores, titulares de explotaciones agrarias, gestores públicos, corporaciones y entidades locales....
 - Grupos operativos que tengan el objetivo de desarrollar proyectos de interés general.
- + El **público en general**. Se prevé dar a conocer a la ciudadanía la existencia del PDR de Extremadura, así como transmitirle los resultados obtenidos por las intervenciones y el papel que desempeña el apoyo de la Unión Europea a través del FEADER.
- + Los **medios de comunicación social**, entendidos como los principales vehículos de transmisión de la información, junto con otros colectivos que realizan una importante función de difusión de las oportunidades que brinda el PDR. Destacan en el marco de este colectivo los medios de comunicación masiva y los Europe Direct (centros de información europea repartidos por toda la geografía española que tienen como misión ayudar a entender y resolver preguntas sobre la Unión Europea), entre otros.

El tipo de mensaje orientado a este colectivo cumple las características de los destinados al conjunto de la ciudadanía, de modo que deben ser sencillos y claros, directos y de fácil comprensión, con el fin de facilitar la canalización de la información de forma eficiente hacia el público en general y, en su caso, hacia los beneficiarios potenciales

En definitiva, la Estrategia dispone un adecuado flujo de información con todos los grupos destinatarios que recoge la normativa comunitaria con el fin de asegurar la transparencia de la ejecución del PDR.

2.2. La planificación de las medidas de información y publicidad

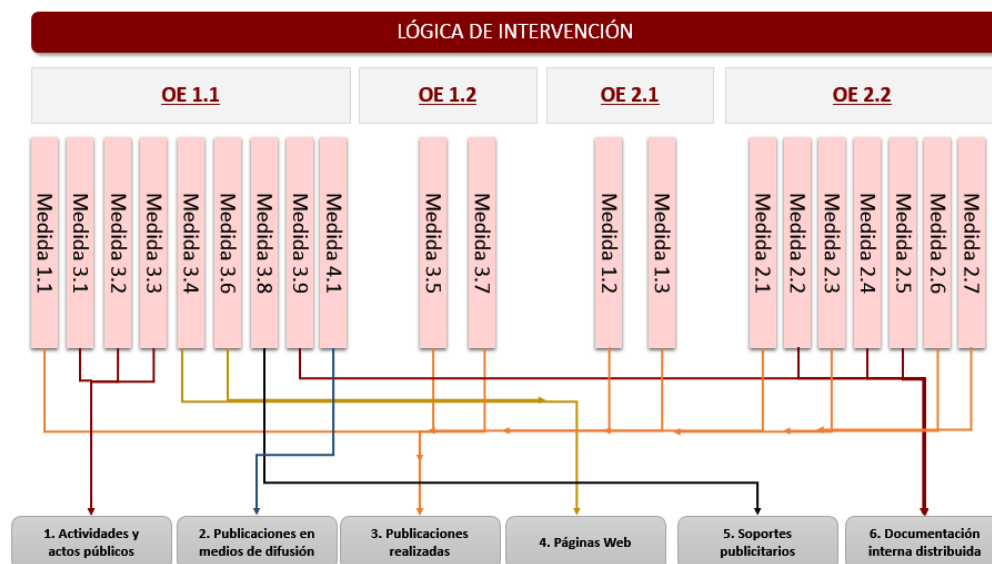
La Estrategia recoge todas las medidas de información y publicidad que, con respecto a las actuaciones comprendidas en el PDR, van a desarrollarse en el periodo 2014-2020. Tales

medidas han tenido presente los objetivos y destinatarios fijados, contribuyendo, por lo tanto, a incrementar la visibilidad y la transparencia del FEADER. De hecho, la propia articulación de la Estrategia ofrece una aproximación de la lógica de intervención que plantea, cuyo análisis se refuerza a continuación de forma que recoja todos los niveles posibles:

- + Los objetivos específicos, como base en la que se encuadran las actuaciones de la Estrategia.
- + Las propias actuaciones, identificando en caso el organismo responsable de las mismas.
- + El grupo destinatario al que van dirigidas.
- + Los indicadores de seguimiento asociados, que recogerán la evolución en su desarrollo y permitirán analizar el éxito de la Estrategia de Información y Publicidad al cierre del Programa.

Así, los objetivos en materia de comunicación se han concretado en una serie de medidas que comprenden las acciones a llevar a cabo. En concreto, el enfoque estratégico obedece a un diseño como el representado en el Esquema 1, especificándose en detalle en la Tabla 1.

ESQUEMA 1. LÓGICA DE INTERVENCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD



Fuente: Regio Plus Consulting

TABLA 1. LÓGICA DE INTERVENCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Objetivos específicos				Medidas	DESTINATARIOS	INDICADOR ASOCIADO
OE 1.1	OE 1.2	OE 2.1	OE 2.2			
+				MEDIDA 1.1. Publicación y distribución del Programa de Desarrollo Rural aprobado	BENEFICIARIOS POTENCIALES	3. Publicaciones realizadas
		+		MEDIDA 1.2. Difundir y divulgar información sobre descripción de procedimientos, exigencias, requisitos y condiciones que han de cumplirse para acceder a la financiación de operaciones elegibles		3. Publicaciones realizadas
		+		MEDIDA 1.3. Facilitar el acceso de los beneficiarios potenciales a las convocatorias de ayudas		3. Publicaciones realizadas
			+	MEDIDA 2.1. Difundir y divulgar las exigencias, requisitos y criterios de selección de las operaciones financiadas con cargo a la programación, así como de las obligaciones y compromisos adquiridos.	BENEFICIARIOS	3. Publicaciones realizadas
			+	MEDIDA 2.2. Identificar el origen comunitario de los recursos procedentes de la programación.		6. Documentación interna distribuida
			+	MEDIDA 2.3. Difundir las obligaciones en relación con la identificación visual sobre el terreno de determinadas operaciones cofinanciadas.		3. Publicaciones realizadas
			+	MEDIDA 2.4. Comunicar las obligaciones que adquieren los beneficiarios en relación con las operaciones cofinanciadas.		6. Documentación interna distribuida
			+	MEDIDA 2.5. Establecimiento de una línea de asesoramiento permanente para los beneficiarios de las ayudas		6. Documentación interna distribuida
			+	MEDIDA 2.6. Guía de orientaciones de comunicación.		3. Publicaciones realizadas
			+	MEDIDA 2.7. Información sobre cambios normativos y legislativos a los beneficiarios.		3. Publicaciones realizadas

Objetivos específicos				Medidas	DESTINATARIOS	INDICADOR ASOCIADO
OE 1.1	OE 1.2	OE 2.1	OE 2.2			
+				MEDIDA 3.1. Acto de publicidad de lanzamiento del Programa.	PÚBLICO EN GENERAL	1. Actividades y actos públicos
+				MEDIDA 3.2. Actividades para la celebración del día de Europa.		1. Actividades y actos públicos
+				MEDIDA 3.3. Publicación y distribución del Programa y de sus actualizaciones.		3. Publicaciones realizadas
+				MEDIDA 3.4. Consolidación del espacio web en la página de la Junta de Extremadura dedicado a los Fondos.		4. Páginas Web
	+			MEDIDA 3.5. Instauración de un banco de buenas prácticas del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura 2014-2020		3. Publicaciones realizadas
+				MEDIDA 3.6. Consolidación del sitio web único de la Autoridad de Gestión.		4. Páginas Web
	+			MEDIDA 3.7. Dar a conocer y difundir las operaciones más relevantes llevadas a cabo, así como el cierre del Programa.		3. Publicaciones realizadas
+				MEDIDA 3.8. Identificación y visualización de la actuación comunitaria		5. Soportes publicitarios
+				MEDIDA 3.9. Información a la ciudadanía de la recepción de la cofinanciación		6. Documentación interna distribuida
+				MEDIDA 4.1. Difusión en medios de comunicación.	AGENTES DIFUSORES	2. Publicaciones en medios de difusión

Fuente: Regio Plus Consulting

2.3. Las herramientas de comunicación para la difusión del PDR

La Estrategia de Información y Publicidad, materializada en los objetivos señalados, ha dado lugar a una extensa variedad de medidas. Un aspecto importante para la ejecución de cada una de las medidas es el de “dar la mejor forma posible a la información”. En este sentido, la articulación de la Estrategia recoge los soportes que establece el Anexo III del Reglamento (UE) nº 808/2014 y cuya utilización depende de la naturaleza del mensaje que se quiere dar o de las características de los destinatarios a los que va dirigido.

De acuerdo con lo anterior, las vías de comunicación desplegadas para la implementación de las medidas se resumen en el Esquema 2.

ESQUEMA 2. RELACIÓN DE LAS MEDIDAS DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD Y CON LOS SOPORTES



Fuente: Regio Plus Consulting

Tal y como se aprecia en el Esquema 2, entre las herramientas más utilizadas para la aplicación de las medidas previstas se encuentran las publicaciones, seguidas aunque a distancia por la tecnologías de información y comunicación

La comunicación que ofrece La Estrategia adopta distinta forma y se adecua al enfoque que se requiera para presentar la información de la manera más apropiada. Así, los instrumentos de comunicación anteriores favorecen:

- + La **comunicación interna**, es decir, la que se produce dentro de los organismos que participan de la gestión directa del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura, desde la Autoridad de Gestión hacia los gestores, o a la inversa, intercambiando datos e información a través de instrucciones, oficios, etc. Es el caso de la distribución que se hace de información desde la Autoridad de Gestión hacia los gestores para llevar a cabo medidas como la 2.4 orientada a dar a conocer y divulgar las exigencias vinculadas a las ayudas.
- + La **comunicación externa**, es decir, hacia destinatarios externos, como, por ejemplo, la que llega a los beneficiarios potenciales del PDR de Extremadura o a la ciudadanía.

Este tipo de comunicación podrá ser:

- Directa: el emisor se comunica directamente con el receptor, sin ningún tipo de intermediario. Este tipo de comunicación es la empleada para la difusión de contenidos como folletos y documentos divulgativos generados, y para la celebración de los eventos y jornadas programadas, recogidos en medidas como la 1.1, 1.2 y 2.3.
- Indirecta: el emisor decide comunicar el mensaje mediante intermediarios: los medios de comunicación (radio, televisión, prensa, etc.), las asociaciones, los interlocutores económicos y sociales, las redes especializadas en información o cualquier otro organismo al que se le haya confiado el contenido. Este tipo de comunicación externa es la utilizada en la publicación de anuncios y noticias en medios de comunicación y boletines oficiales. Este es el tipo de comunicación relacionada con la ejecución de la medida 4.1.
- + La **comunicación mixta**, es decir, la llevada a cabo mediante una combinación de formas que utiliza diversos canales. Este tipo de comunicación es la empleada en el caso de la difusión del contenido del Programa y de actuaciones relevantes en el ámbito del mismo, que se desarrolla a través de las páginas web de la Autoridad de Gestión y de los propios beneficiarios. Es el caso de la medida 1.1 a modo de ejemplo, al publicarse la información actualizada del PDR en la web de la Autoridad de Gestión. También es el caso de la Guía de Orientaciones de Comunicación publicada también en la web (medida 2.6).

En definitiva, esta adecuada planificación de la utilización de diversos instrumentos de comunicación proporciona unos cimientos sólidos para que la ejecución de las medidas previstas contribuya a favorecer el conocimiento de la ciudadanía sobre el Programa de Desarrollo Rural y la contribución del Fondos Europeos al desarrollo de las zonas rurales. La aplicación, en cada caso, de todas estas herramientas aumenta las posibilidades de llegar a los ciudadanos para transmitir los logros, proyectos y actividades cofinanciadas.

De hecho, la utilización de los instrumentos de comunicación descritos favorece la **eficacia comunicativa** de la Estrategia y, por tanto, contribuye al logro de sus objetivos. En concreto, la adecuada utilización de las distintas herramientas de comunicación previstas permite desplegar extensos canales de información y publicidad para dar a conocer tanto las posibilidades que ofrece, como los avances del PDR de Extremadura.

3. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

De cara al alcance de los objetivos establecidos en materia de información y publicidad, la Estrategia de Información y Publicidad del PDR de Extremadura establece el conjunto de medidas ya mencionadas en las que se encuadran las diversas actuaciones a desarrollar. En la Tabla 2 se recopila cuál de estas medidas se han puesto en marcha a 31 de diciembre de 2018.

TABLA 2. MEDIDAS DE LA ESTRATEGIA PUESTAS EN MARCHA

MEDIDAS		PUESTA EN MARCHA
1.1	Publicación y distribución del Programa de Desarrollo Rural aprobado	+
1.2	Difundir y divulgar información sobre descripción de procedimientos, exigencias, requisitos y condiciones que han de cumplirse para acceder a la financiación de operaciones elegibles	+
1.3	Facilitar el acceso de los beneficiarios potenciales a las convocatorias de ayudas	+
2.1	Difundir y divulgar las exigencias, requisitos y criterios de selección de las operaciones financiadas con cargo a la programación, así como de las obligaciones y compromisos adquiridos.	+
2.2	Identificar el origen comunitario de los recursos procedentes de la programación.	+
2.3	Difundir las obligaciones en relación con la identificación visual sobre el terreno de determinadas operaciones cofinanciadas.	+
2.4	Comunicar las obligaciones que adquieren los beneficiarios en relación con las operaciones cofinanciadas.	+
2.5	Establecimiento de una línea de asesoramiento permanente para los beneficiarios de las ayudas	+
2.6	Guía de orientaciones de comunicación.	+
2.7	Información sobre cambios normativos y legislativos a los beneficiarios.	+
3.1	Acto de publicidad de lanzamiento del Programa.	
3.2	Actividades para la celebración del día de Europa.	
3.3	Publicación y distribución del Programa y de sus actualizaciones.	+
3.4	Consolidación del espacio web en la página de la Junta de Extremadura dedicado a los Fondos.	+
3.5	Instauración de un banco de buenas prácticas del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura 2014-2020	+
3.6	Dar a conocer y difundir las operaciones más relevantes llevadas a cabo, así como el cierre del Programa	
3.7	Identificación y visualización de la actuación comunitaria	+
3.8	Información a la ciudadanía de la recepción de los Fondos	+
4.1	Difusión en medios de comunicación.	+

Fuente: Regio Plus Consulting

Para el análisis de las actividades realizadas hasta el momento, se recurre únicamente a un análisis cualitativo de las mismas en función de sus organismos responsables, no pudiéndose abordar el análisis a nivel cuantitativo al no estar disponible la información

sobre la ejecución de los indicadores inicialmente previstos en el Capítulo 7 de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR de Extremadura 2014-2020.


A continuación se incluye el detalle de las medidas desarrolladas hasta la fecha indicada.

3.1. Medidas desarrolladas por parte de la Autoridad de Gestión

- + **Medida 1.1:** Publicación y distribución del Programa del Desarrollo Rural: La Secretaría General de Presupuestos y Financiación difunde todos los aspectos relativos al Programa de Desarrollo Rural de Extremadura 2014-2020 a través de la página <http://www.juntaex.es/ddgg002/66>, incluyendo la publicación digital del PDR. El PDR se encuentra publicado de forma actualizada en función de las modificaciones aprobadas.



- + **Medida 2.1:** Los requisitos a cumplir para acceder a las ayudas se publican en las correspondientes órdenes de ayuda informadas a través de los medios especificados con relación a la medida 1.3. Adicionalmente, los criterios de selección de operaciones se pueden consultar en su versión más actualizada a través de la web <http://www.juntaex.es/ddgg002/66>.
- + **Medida 2.2:** Respecto a la identificación del origen comunitario de los recursos procedentes de la comunicación, incluida entre las actividades de a desarrollar por la Autoridad de Gestión, se han llevado a cabo las siguientes acciones:

- En las notas de prensa publicadas sobre actuaciones cofinanciadas, se ha hecho referencia al origen de los Fondos que financian la actuación.
 - En todos los correos electrónicos que se envían desde el Servicio de Gestión de Fondos Europeos, el Servicio de Control de Fondos Europeos y el Servicio de Certificación de Fondos Europeos, se incorpora el emblema de la Unión Europea.
 - Se ha procedido a identificar el origen comunitario de los recursos a través de las resoluciones aprobatorias de los proyectos, en los pliegos administrativos de contratación y en las resoluciones de encomiendas de gestión.
- + **Medidas 2.3:** Con relación a la difusión de las obligaciones sobre la identificación visual sobre el terreno de determinadas operaciones cofinanciadas, éstas se han incluido en las ya mencionadas resoluciones aprobatorias de las ayudas, pliegos administrativos y resoluciones de encomiendas de gestión. También en la web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos, aunque no existe un apartado específico a este respecto.
- + **Medida 2.4:** Las obligaciones que adquieren los beneficiarios al percibir una ayuda son publicadas en las convocatorias de ayudas y resoluciones aprobatorias.
- + **Medida 2.5:** Para el asesoramiento continuo a los beneficiarios de ayudas, se han puesto en marcha herramientas como la elaboración de instrucciones, el Manual de Identidad Gráfica de Fondos Europeos en Extremadura 2014-2020 y se responde a consultas realizadas telefónicamente o mediante correo electrónico. En este caso, se echa en falta en la Web de la Autoridad de Gestión una referencia a dicha disponibilidad.
- + **Medida 2.6:** Se ha puesto a disposición de los beneficiarios al ya mencionado Manual de Identidad Gráfica de Fondos Europeos en Extremadura 2014-2020 , a través del cual se establecen las directrices que deben ser seguidas en materia de comunicación. Este manual ha sido repartido entre los beneficiarios y está disponible en la página Web de la Autoridad de Gestión.
- 
- + **Medida 3.1:** No se tiene constancia de la celebración de un acto público sobre el PDR, aunque en el marco de la Asistencia Técnica para la Evaluación del PDR está previsto realizar una Jornada de Difusión del PDR en el segundo semestre de 2019.

- + **Medida 3.2:** No se tiene constancia hasta el momento de la realización de actividades específicas por parte de la Autoridad de Gestión con motivo del Día de Europa.
- + **Medida 3.3:** Tal y como ya se ha mencionado, el PDR de Extremadura 2014-2020 permanece disponible en la página web <http://www.juntaex.es/ddgg002/66>, estando publicado en todo caso la última versión aprobada del mismo conforme se han ido sucediendo modificaciones.
- + **Medida 3.4:** Se ha consolidado el espacio web de la Junta de Extremadura dedicado a los Fondos Europeos en general, y en particular al FEADER (<http://www.juntaex.es/ddgg002/66>). Se procede a una actualización continua de los contenidos que se incluyen en el apartado dedicado al FEADER, y en general permanece como la herramienta de referencia sobre las acciones de información y publicidad realizadas, dedicándose una página específica a las mismas.

Se echa en falta en la web del PDR un enlace directo a las páginas web en las que se publican la información de las ayudas de acuerdo a la información facilitada por los órganos gestores.

- + **Medida 3.5:** En el apartado específico de información y publicidad de los Fondos Europeos de la Web de la Autoridad de Gestión, se han publicado hasta el momento dos buenas prácticas relacionadas con el desarrollo del PDR de Extremadura. En este sentido, se echa en falta una mayor difusión de las acciones de éxito apoyadas por el FEADER en Extremadura, que pueda contribuir a un mejor conocimiento de la ciudadanía de los logros del PDR.



3.2. Medidas desarrolladas por parte de los organismos gestores

- + **Medidas 1.2 y 1.3:** Toda la información relativa a las posibilidades de acceso al programa se encuentra disponible en la página web <http://www.juntaex.es/ddgg002/66>, incluyendo el PDR y los criterios de selección de operaciones. A nivel de convocatorias de ayudas, son los órganos gestores los encargados de su difusión utilizando generalmente los siguientes medios:
 - La apertura de las convocatorias son anunciadas a través de la web de la Consejería de Medio Ambiente y Rural, Políticas Agrarias y Territorio, <http://www.juntaex.es/con03/ultimas-convocatorias-de-ayudas>
 - Se publican también las convocatorias en la página web del DOE <http://doe.gobex.es/>
 - Existe también una comunicación directa a través del portal del ciudadano <https://ciudadano.gobex.es/inicio>.
 - La información relativa a cursos y jornadas de formación impartidas, se publica además en el portal <http://rurex-formacion.gobex.es/>.



- Se menciona también por parte de los gestores la web <http://rurex.juntaextremadura.es/>, aunque se ha comprobado que esta web se encuentra desactualizada y no sigue la actualidad del periodo de programación.

Es preciso señalar que la información que facilitan anualmente los gestores sobre las actividades de información y comunicación realizadas, en ocasiones se encuentra desactualizada, no estando correctamente vinculadas las páginas de referencia.

- + **Medida 2.7:** En cuanto a la información sobre cambios legislativos a los beneficiarios, son los órganos gestores los encargados de informar.
- + **Medida 3.6:** Respecto a la difusión de las operaciones más relevantes del PDR por parte de los gestores, es preciso señalar que no se está produciendo un reporte periódico de los servicios gestores de las actuaciones destacables desarrolladas, por lo que es un tema pendiente a impulsar para lo que ya se han puesto en marcha algunas acciones por parte de la Autoridad de Gestión.
- + **Medida 3.7:** Para la visualización de la acción comunitaria, desde los servicios gestores se han puesto en marcha las siguientes acciones:
 - Las adquisiciones de material que se ha ejecutado con cargo al FEADER se han identificado mediante pegatinas.
 - En los materiales, herramientas e instrumentos de comunicación y difusión utilizados, se hace mención expresa a la Unión Europea, incluyendo el emblema comunitario, la referencia la fondo en cuestión (FEADER) y al lema “Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural: Europa invierte en las zonas rurales”.
 - En aquellas operaciones que contienen regímenes de ayudas, tanto en las bases reguladoras y convocatorias como en las publicaciones y notificaciones de concesión, se hace referencia a la tasa de cofinanciación aplicable, la medida y el eje en el que se encuadra la operación. En las operaciones de contratación, tanto en los documentos administrativos (Pliegos de Prescripciones Técnicas, Cláusulas Administrativas Particulares) como en las publicaciones de licitación y adjudicación de contratos, se hace referencia a la tasa de cofinanciación aplicable, la medida y el eje en el que se encuadra la operación. Además, en los documentos de formalización de los contratos, también se hace referencia a las obligaciones y compromisos que adquieren los contratistas en materia de información y publicidad, especialmente en relación con la identificación visual sobre el terreno de determinadas operaciones cofinanciadas.
 - Se informa que en la web www.agralia.es, todos los administrados pueden acceder para tener información actualizada sobre todas las ayudas gestionadas por la Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Medio Ambiente y Energía. Sin embargo, actualmente este dominio no pertenece a la Junta de Extremadura, debiéndose actualizarse esta referencia a la web <http://www.juntaex.es/con03/ultimas-convocatorias-de-ayudas>.

- ✦ Por otro lado, todos los GAL disponen de página web con objeto de dar difusión de su programa comarcal, a la que se puede acceder, entre otras vías, a través de la página de la Consejería de Medio Ambiente y Rural, Políticas Agrarias y Territorio y del portal RUREX. No obstante, en el primer caso no se ha podido localizar el enlace mencionado y en el caso del portal RUREX actualmente no se encuentra actualizada la referencia y vínculos a los grupos.
- ✦ Algunos Órganos que gestionan regímenes de ayuda u operaciones de contratación, llevan a cabo la publicación de las convocatorias, además de en los Diarios y Boletines correspondientes, en su página web. No obstante, no se ha podido comprobar este último punto por no aportarse la referencia particular de las web específicas de los organismos gestores, al margen de las generales ya comentadas en las que aparece la información de todo el PDR.
- ✦ Dependiendo de la actividad formativa en cuestión (submedida 1.1), se difunde bien por prensa, cartelería o correos electrónicos a empresas, cooperativas, instituciones, etc, para difundirla el máximo posible a los interesados.
- ✦ Como norma general, cada actividad formativa a impartir (submedida 1.3) se publica en la web www.rurex-formación.juntaex.es y además se colocan carteles publicitarios en todas las aulas donde se imparten. También se incorpora en el material docente (carpetas, carteras, bolígrafos, cuaderno) que se les entrega al alumnado las referencias a la cofinanciación de las actuaciones.
- ✦ En el caso específico de las actuaciones cofinanciadas a través de la operación 2.1.2, una de las más destacas es la Aplicación informática Red de Asesoramiento a la Fertilización REDAFEX <http://redafex.gobex.es/>. Esta herramienta cuenta con un acceso directo a través de la página web de la Consejería de Medio Ambiente y Rural, Políticas Agrarias y Territorio <http://www.gobex.es/con03/>, e incluye en su portada el logotipo y lema del FEADER. También se han incluido estas referencias en el díptico informativo sobre la plataforma informática REDAFEX, en el que se incluían las novedades implementadas en la misma durante el año 2018.



JUNTA DE EXTREMADURA

REDAFEX: Red de Asesoramiento a la Fertilización

Email

Contraseña

Acceder Nuevo Usuario Recordar Contraseña

Contacto: redafex@juntaex.es

   UNIÓN EUROPEA

Consejería de Medio Ambiente y Rural,
Políticas Agrarias y Territorio

Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural:
Europa invierte en las zonas rurales

En el ámbito de esta actuación, se han celebrado además Jornadas de difusión de la aplicación los días 22 de marzo y 25 de octubre de 2018, y se han elaborado Carteles publicitarios y otro tipo de material publicitario (libretas), con la inclusión del logotipo y el lema del FEADER.

3.3. Medidas desarrolladas por parte de beneficiarios y agentes difusores

+ **Medida 3.8:** respecto a la información a la ciudadanía de la recepción de los Fondos por parte de los beneficiarios, desde los órganos gestores se informa que se recoge explícitamente en las órdenes de ayuda que los beneficiarios deben cumplir con sus obligaciones y facilitar en plazo y forma al órgano gestor toda la información que se les solicite en materia de información y publicidad. Otras acciones realizadas por los organismos gestores han sido las siguientes:

- A las explotaciones beneficiarias pagadas (operaciones 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3, 4.2.1, 6.1) se les facilita una información sobre la placa informativa que los titulares tienen la obligación de instalar y mantener visible durante los 5 años de duración de los compromisos. También tienen la obligación de instalar una pegatina en la maquinaria/equipo subvencionado donde advierte que es una máquina subvencionada y de uso exclusivo en las explotaciones de los socios.
- En todas las actividades de información y comunicación que se llevan a cabo, los beneficiarios deben reconocer el apoyo del FEADER a la operación mostrando el emblema de la Unión y una referencia a la ayuda del FEADER (operación 3.2).

Si la ayuda supera los 10.000 euros el beneficiario coloca un panel o placa con información acerca de la operación, donde se destaca la ayuda financiera recibida de la Unión, en un lugar bien visible para el público.

No se realiza ningún pago sin comprobar previamente que se han cumplido estas obligaciones.

+ **Medida 4.1:** en cuanto a la difusión en medios de comunicación, se han publicados referencias a las ayudas y actuaciones desarrolladas en prensa digital, echándose en falta un dossier completo de este tipo de actuaciones.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE MEDIDAS A ADOPTAR

Este capítulo recoge las conclusiones derivadas del análisis que se presenta en este Informe de evaluación, a la vez que propone una serie de recomendaciones con el objetivo de avanzar en la superación de las debilidades detectadas en la aplicación de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR de Extremadura.

Es necesario precisar en este punto que las consideraciones recogidas a continuación no tienen un carácter exhaustivo, siendo precisa la lectura íntegra del Informe de cara a una mejor comprensión de las mismas.

Las principales conclusiones a destacar de la Evaluación son las siguientes:

- + **Conclusión 1:** La estrategia dispone un adecuado flujo de información con todos los **grupos destinatarios** que recoge la normativa comunitaria con el fin de asegurar la transparencia de la ejecución del PDR.
- + **Conclusión 2:** En cuanto a la **lógica de intervención**, los objetivos en materia de comunicación se han concretado en una serie de medidas que comprenden las acciones a llevar a cabo por tipo de destinatario, pudiéndose asociarse a su vez a los indicadores de seguimiento establecidos para la Estrategia de Información y Publicidad. Con el avance de la Estrategia, la principal deficiencia se relaciona con la no cuantificación hasta el momento de las acciones desarrolladas, lo que limita el seguimiento a nivel cuantitativo y de resultados de la Estrategia.
- + **Conclusión 3:** Entre las **herramientas** más utilizadas para la aplicación de las medidas previstas se encuentran las publicaciones, seguidas aunque a distancia por la tecnologías de información y comunicación. En general, la adecuada planificación de la utilización de diversos instrumentos de comunicación proporciona unos cimientos sólidos para que la ejecución de las medidas previstas contribuya a favorecer el conocimiento de la ciudadanía sobre el Programa de Desarrollo Rural y la contribución de los Fondos Europeos al desarrollo de las zonas rurales.
- + **Conclusión 4:** En cuanto a la **ejecución de las medidas previstas**, se han puesto en marcha 16 de las 19 actuaciones previstas en la estrategia., habiéndose realizado avances importantes hasta el momento.
- + Respecto a las **medidas puestas en marcha por la Autoridad de Gestión:**

- **Conclusión 5:** El PDR se ha mantenido publicado siempre en su última versión aprobada a disposición del público en general en la web <http://www.juntaex.es/ddgg002/66>, al igual que las órdenes de ayudas puestas en marcha y los criterios de selección que condicionan el acceso a las medidas. Se echa en falta en la web del PDR un enlace directo a las páginas web en las que se publican la información de las ayudas de acuerdo a la información facilitada por los órganos gestores.
 - **Conclusión 6:** Se ha procedido en todos los medios de intercambio de información a la identificación del origen comunitario de los recursos.
 - **Conclusión 7:** Se ha favorecido la difusión de las obligaciones que afectan a los beneficiarios del PDR, incluyéndolas en las resoluciones aprobatorias de las ayudas, pliegos administrativos y resoluciones de encomiendas de gestión. También en la web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos, aunque no existe un apartado específico a este respecto.
 - **Conclusión 8:** Para el asesoramiento continuo a los beneficiarios de ayudas, se han puesto en marcha herramientas como la elaboración de instrucciones, el Manual de Identidad Gráfica de Fondos Europeos en Extremadura 2014-2020 y se responde a consultas realizadas telefónicamente o mediante correo electrónico. En este último caso, se echa en falta en la Web de la Autoridad de Gestión una referencia a dicha disponibilidad.
 - **Conclusión 9:** No se tiene constancia de la celebración de un acto público sobre el PDR, aunque en el marco de la Asistencia Técnica para la Evaluación del PDR está previsto realizar una Jornada de Difusión del PDR en el segundo semestre de 2019.
 - **Conclusión 10:** En el apartado específico de información y publicidad de los Fondos Europeos de la Web de la Autoridad de Gestión, se han publicado hasta el momento únicamente dos buenas prácticas relacionadas con el desarrollo del PDR de Extremadura. En este sentido, se echa en falta una mayor difusión de las acciones de éxito apoyadas por el FEADER en Extremadura, que pueda contribuir a un mejor conocimiento de la ciudadanía de los logros del PDR.
- Respecto a las **medidas puestas en marcha por los servicios gestores:**
- **Conclusión 11:** Para la difusión del PDR relacionada con la publicación de las convocatorias del PDR, son los órganos gestores los encargados de su difusión utilizando generalmente la difusión por distintos medios y portales web informativos. No obstante, se ha detectado que en alguno de ellos la información no está actualizada. Del mismo modo, en la información que facilitan anualmente los gestores sobre las actividades de información y comunicación realizadas, se ha detectado que en ocasiones se encuentra desactualizada la referencia a las páginas web en la que está disponible la información de las convocatorias, no estando correctamente vinculadas las páginas de referencia.

- **Conclusión 12:** Respecto a la difusión de las operaciones más relevantes del PDR por parte de los gestores, es preciso señalar que no se está produciendo un reporte periódico de los servicios gestores de buenas prácticas, por lo que es un tema que necesita ser impulsado para lo que ya se han puesto en marcha algunas acciones por parte de la Autoridad de Gestión.
 - **Conclusión 13:** Se indica que todos los GAL disponen de página web con objeto de dar difusión de su programa comarcal, a la que se puede acceder, entre otras vías, a través de la página de la Consejería de Medio Ambiente y Rural, Políticas Agrarias y Territorio y del portal RUREX. No obstante, en el primer caso no se ha podido localizar el enlace mencionado y en el caso del portal RUREX actualmente no se encuentra actualizada la referencia y vínculos a los grupos.
 - **Conclusión 14:** En general, en los materiales, herramientas e instrumentos de comunicación y difusión utilizados, se hace mención expresa a la Unión Europea, incluyendo el emblema comunitario, la referencia al fondo en cuestión (FEADER) y al lema “Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural: Europa invierte en las zonas rurales”. También en plataformas web apoyadas por el PDR como la aplicación informática Red de Asesoramiento a la Fertilización (REDAFEX: <http://redafex.gobex.es/>).
- + Respecto a las **medidas puestas en marcha por parte de los beneficiarios y agentes difusores:**
- **Conclusión 15:** Respecto a la información a la ciudadanía de la recepción de los Fondos por parte de los beneficiarios, desde los órganos gestores se informa que se recoge explícitamente en las órdenes de ayuda que los beneficiarios deben cumplir con sus obligaciones y facilitar en plazo y forma al órgano gestor toda la información que se les solicite en materia de información y publicidad.
 - **Conclusión 16:** En cuanto a la difusión en medios de comunicación, se han publicados referencias a las ayudas y actuaciones desarrolladas en prensa digital, echándose en falta un dossier completo de este tipo de actuaciones.

Con relación a las conclusiones alcanzadas, y en función de aquellas que revelan debilidades en la marcha de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR de Extremadura 2014-2020, se desprenden las siguientes recomendaciones:

- + **Recomendación 1:** Solicitar anualmente a los gestores los indicadores de seguimiento de la Estrategia de Información y Publicidad, incluyendo la tabla de indicadores en la ficha de recopilación de información anual que remite la Autoridad de Gestión.
- + **Recomendación 2:** Incluir en la página web en que se incluye la información sobre el PDR de Extremadura, un enlace directo a las páginas web en las que se publican la información de las ayudas de acuerdo a la información facilitada por los órganos gestores.

- + **Recomendación 3:** Asegurar el reporte periódico de los servicios gestores de buenas prácticas del PDR, incluyendo un apartado específico para ello en la ficha de recopilación de información anual que remite la Autoridad de Gestión. Sería recomendable que cada servicio gestor remita al menos una buena práctica al año.
- + **Recomendación 4:** Solicitar a los servicios gestores que revisen cada año la información reportada con relación a las acciones de información y publicidad, comprobando que los vínculos y referencias a las páginas webs indicadas funcionen en la actualidad.
- + **Recomendación 5:** Incluir en la página web de la Consejería de Medio Ambiental y Rural, Políticas Agrarias y Territorio un enlace directo a la información sobre los grupos de desarrollo rural y sus páginas webs. Si se actualizase la información que aparece actualmente en el portal RUREX, se podría enlazar directamente con este sitio web.
- + **Recomendación 6:** Se echa en falta en la página web de la Autoridad de Gestión referida al PDR un apartado específico que facilite el contacto de los potenciales beneficiarios del PDR con los servicios gestores para el traslado de dudas y consultas.
- + **Recomendación 7:** Promover la creación de un dossier de comunicación, en el que anualmente se recopilen las apariciones en prensa en papel y digital de actuaciones cofinanciadas.

RegioPlus
Consulting 

www.regioplus.eu

**Centro de Negocios
Coslada**

**C/ La Mancha, 1
Oficina 2.1
28823 Coslada -
Madrid**

**T. +34 91 883 80 08
F. +34 91 879 88 19**