

# Estrategia de Información y Publicidad del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura 2014-2020



UNIÓN EUROPEA

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

## INDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>2. ALCANCE Y OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD</b> .....	<b>3</b>
2.1. Objetivos .....	3
2.2. Grupos destinatarios .....	5
<b>3. EL CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN</b> .....	<b>8</b>
3.1. Descripción de las medidas a desarrollar por tipo de destinatario.....	9
3.2. Actuaciones a desarrollar por parte de los beneficiarios y fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones de comunicación .....	14
3.3. Las herramientas a utilizar .....	17
<b>4. PRESUPUESTO INDICATIVO</b> .....	<b>21</b>
<b>5. ORGANISMOS ADMINISTRATIVOS RESPONSABLES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN</b> .....	<b>22</b>
<b>6. RED RURAL NACIONAL</b> .....	<b>24</b>
6.1. El papel de la Red Rural Nacional en el la Estrategia de Comunicación del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura.....	25
<b>7. SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD</b> .....	<b>27</b>
<b>8. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA</b> .....	<b>32</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

Los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (EIE) constituyen el principal instrumento financiero de la UE para lograr los objetivos de la Estrategia Europa 2020. Por ello, para la Comisión Europea *“es importante dar a conocer al público en general los logros de los Fondos”*, tal y como reconoce el considerando 101 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 (Reglamento MEC).

Por consiguiente, la información y la comunicación de los objetivos, de las oportunidades de financiación y de los resultados de los Programas y proyectos cofinanciados son una tarea crucial para las Autoridades de Gestión y los beneficiarios de los Fondos EIE, entre los que se encuentra el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER).

Para los Programas del nuevo período 2014-2020 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) Nº 808/2014.

Dicha estrategia establece el enfoque y el presupuesto para las actividades de información y publicidad. De hecho, es la herramienta fundamental para informar a los potenciales beneficiarios sobre las oportunidades de financiación y las normas para acceder a tales ayudas, sobre la aplicación de los fondos en los proyectos más adecuados, y para demostrar al conjunto de la ciudadanía los resultados de las inversiones cofinanciadas.

El diseño y formulación de la Estrategia de Información y Publicidad, así como su gestión y seguimiento, es responsabilidad de la Autoridad de Gestión. Por su parte, la aprobación de la misma recae en el Comité de Seguimiento.

En este sentido, siguiendo las determinaciones establecidas en el artículo 13 del Reglamento (UE) nº 808/2014, la Autoridad de Gestión transmitirá al Comité de Seguimiento para su aprobación, a más tardar seis meses después de la aprobación del programa de desarrollo rural, la Estrategia de Información y Publicidad del mismo.

Además, se prevé informar anualmente de las actividades de comunicación realizadas y las previstas para el año siguiente en las reuniones del Comité de Seguimiento, y se mantiene la obligación de incluir en los informes anuales de ejecución las medidas adoptadas para cumplir los requisitos de asistencia técnica y de publicidad del Programa.

En la programación 2014-2020 el Programa de Desarrollo Rural (PDR) de Extremadura cuenta con un conjunto de medidas que serán gestionadas desde la Junta de Extremadura. En este período de programación 2014-2020 el PDR, como instrumento de ayuda dentro de la política de desarrollo rural extremeña, se encuadra en el marco general de la Política Agrícola Común (PAC). Por tanto, el marco de programación del PDR 2014-2020 está supeditado a los objetivos de la PAC, y en particular, a las 6 prioridades estratégicas definidas en el artículo 5 del Reglamento (UE) nº 1305/2013 (Reglamento FEADER).



Estas prioridades a su vez deben contribuir a los objetivos de la Estrategia 2020, así como a los objetivos temáticos establecidos en el Reglamento MEC, traducidos al contexto nacional a través del Acuerdo de Asociación de España 2014-2020.

En este ámbito, y atendiendo a las disposiciones reglamentarias establecidas, se procede a la elaboración de la Estrategia de Información y Publicidad que acompañará la aplicación del PDR de Extremadura.

Para ello, la Consejería de Hacienda y Administración Pública, como Autoridad de Gestión del PDR, ha elaborado un conjunto de medidas de información y publicidad para cubrir las necesidades de comunicación. Por otro lado, la Red Rural Nacional, a través de su propio Plan de Comunicación, complementará a nivel nacional el desarrollo de las estrategias de Información y Publicidad regionales con el desarrollo de actuaciones específicas en este ámbito.

En definitiva, se pretende que esta Estrategia de Información y Publicidad del PDR contribuya, no sólo a **informar a los sectores afectados sobre las obligaciones en materia de comunicación** asociadas a la implementación del PDR, si no también garantizar el éxito de su aplicación **dando a conocer a la población en general las posibilidades que ofrecen los fondos FEADER en Extremadura**.

## 2. ALCANCE Y OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Los elementos clave que determinan la calidad de la Estrategia de Información y Publicidad son, al menos, los tres siguientes:

- La fijación de unos **objetivos de comunicación** claros y basados en un trabajo participativo que posibilite determinar el alcance de la estrategia en términos de visibilidad, difusión y transparencia.
- La identificación de los **destinatarios** de la Estrategia, al objeto de orientar las medidas de comunicación a las necesidades de cada uno de ellos y, de esta forma, elevar la eficacia y el impacto esperado.
- El establecimiento de las **medidas de información y publicidad**, de forma coherente con los objetivos definidos y los grupos destinatarios de la Estrategia.

Esta articulación pone de relieve un enfoque de intervención en el que todos los componentes que lo integran se relacionan de forma lógica. Así, las acciones previstas están determinadas por las necesidades de información de los destinatarios y los objetivos son, a su vez, la consecuencia racional de la puesta en marcha y desarrollo de las medidas.

Teniendo en cuenta los elementos claves mencionados, el punto de partida para todos ellos se sitúa, además, en el anterior Plan de Comunicación del PDR FEADER de Extremadura 2007-2013, referencia que permite reciclar la experiencia ganada a lo largo del periodo de programación previo.

### 2.1. Objetivos

El principal resultado esperado de la Estrategia se materializará en la puesta en valor de los resultados de la Política de Desarrollo Rural en Extremadura, tanto desde una perspectiva cuantitativa (como queda de manifiesto a través de la orientación a resultados y los objetivos previstos a través de los indicadores de comunicación) como desde una perspectiva cualitativa.

El punto de partida para la definición de los objetivos de comunicación se sitúa además en el anterior Plan de Comunicación del PDR FEADER de Extremadura 2007-2013, referencia

que permite sentar las bases de la elaboración de la nueva Estrategia teniendo en cuenta las lecciones de la experiencia.

De esta forma, los objetivos de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR posibilitan avanzar en la dirección ya tomada en el período 2007-2013, afianzando los resultados logrados pero, al mismo tiempo, optimizando aquellos ámbitos que presentan mayores márgenes de mejora.

De esta forma, el punto de partida de la formulación de los objetivos son los ya establecidos en el anterior periodo, en concreto:

- Mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión Europea.
- Garantizar la transparencia a los beneficiarios, haciéndoles llegar las posibilidades que ofrece la actuación conjunta de la UE, Estado y Junta de Extremadura.

Para validar definitivamente estos objetivos de cara al periodo 2014-2020, se considera necesario adaptarlos al nuevo periodo de programación y la que será la nueva Estrategia del PDR de Extremadura. De esta forma, es preciso tener en cuenta que la programación de medidas en las se registraron bajos niveles de ejecución al inicio del anterior periodo de programación, como el asesoramiento a los agricultores, la cooperación o las inversiones no productivas, hacen necesario no reducir los esfuerzos a la hora de difundir la información relacionada con el PDR y las posibilidades que ofrece.

La consideración de estos factores permite además plantear la necesidad de nuevas acciones de comunicación a desarrollar, y contribuye a realizar la reformulación de los objetivos considerados en el periodo 2007-2013, de cara a conseguir un mayor efecto en el incremento de la visibilidad y la transparencia de la participación comunitaria. Todo ello buscando su pertinencia en términos de adecuación a la realidad regional y su coherencia con relación a las orientaciones comunitarias a este respecto.

De esta forma, los objetivos de comunicación a abordar en el periodo 2014-2020 se estructuran de la siguiente forma:

- **Objetivo General 1 (OG1).** Mejorar la visibilidad de la UE transmitiendo el papel que desempeñan los fondos FEADER en Extremadura, y los resultados alcanzados gracias a la implementación de las actuaciones cofinanciadas.
- **Objetivo específico 1.1 (OE1.1).** Mantener informada a la ciudadanía del contenido de las medidas del PDR de Extremadura 2014-2020 y de los resultados asociados a la implementación de las mismas.

- **Objetivo específico 1.1 (OE1.2).** Valorar a lo largo de la programación la visibilidad alcanzada por la Estrategia de Información y Publicidad de cara a la detección de nuevas necesidades de comunicación.
- **Objetivo General 2 (OG2).** Garantizar la transparencia en la gestión del PDR, informando a beneficiarios potenciales y beneficiarios sobre las posibilidades que ofrece.
- **Objetivo específico 2.1 (OE2.1).** Mejorar los mecanismos para hacer llegar a los potenciales beneficiarios del PDR la información sobre las medidas a las que puede tener acceso, y los mecanismos para acceder a las mismas.
- **Objetivo específico 2.1 (OE2.1).** Apoyar a los beneficiarios del PDR en el cumplimiento de sus obligaciones en materia de información y publicidad.

## 2.2. Grupos destinatarios

La planificación de la comunicación tiene muy presente los destinatarios a los que se debe llegar, con el fin de maximizar el impacto de la estrategia y de las acciones de información y publicidad.

De acuerdo a lo establecido en el anexo XII del Reglamento (UE) nº 1303/2013, el esquema de intervención se estructura en cuatro grandes bloques de público objetivo:

- Los **beneficiarios**, entendiéndose por ellos a cualquier organismo, público o privado, responsable de iniciar o de iniciar y ejecutar las operaciones.



Se consideran dos subgrupos fundamentales en función del procedimiento utilizado para la aplicación de los recursos financieros de la programación:

- 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. Hay que destacar, en este sentido, la relevancia de los beneficiarios privados y el reto al que se enfrentan para satisfacer los requisitos normativos de información y publicidad.
- Los **beneficiarios potenciales** incluyen a todos aquellos que pueden estar interesados en el acceso a la financiación de la programación bajo cualquiera de sus modalidades. Entre ellos, cabe destacar a los que, por su estructura y función, presentan mayor potencial de difusión de la información, tales como los que se ubican en el ámbito administrativo, asociativo y representativo con mayor capacidad de interlocución económica y social, como:
  - 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**, es decir, el conjunto de la ciudadanía. 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 en la política de desarrollo rural nacional.
- Cabe resaltar, igualmente, el importante papel que desempeñan los **medios de comunicación social**, 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, tornándolos así en más transparentes.



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 síntesis, la lógica seguida respecto a los objetivos de comunicación y los destinatarios a los que se dirige la Estrategia, pretende proyectar:

- A los beneficiarios potenciales y órganos gestores la imagen de **máxima transparencia** en el acceso y uso de los fondos, en la medida en que cuanto más rigurosa y completa sea la información, mayor será también la cuota de responsabilidad de cada uno de los agentes intervinientes.
- A la población en general la imagen de **máxima contribución** para favorecer el progreso social y económico de las zonas rurales, dando a conocer las acciones emprendidas por el PDR con el apoyo del FEADER, y los resultados logrados.

La Tabla 1 ilustra gráficamente esta idea, representando la relación existente entre los objetivos y los grupos destinatarios de la Estrategia de Información y Publicidad.

TABLA 1. RELACIÓN ENTRE OBJETIVOS Y GRUPOS DESTINATARIOS DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DEL PDR DE EXTREMADURA

OBJETIVOS GLOBALES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	DESTINATARIOS
OG1	Objetivo Específico 1.1 (OE 1.1): Mantener informada a la ciudadanía del contenido de las medidas del PDR de Extremadura 2014-2020 y de los resultados asociados a la implementación de las mismas.	PÚBLICO EN GENERAL BENEFICIARIOS POTENCIALES
	Objetivo Específico 1.2 (OE 1.2): Valorar a lo largo de la programación la visibilidad alcanzada por la Estrategia de Información y Publicidad de cara a la detección de nuevas necesidades de comunicación.	PÚBLICO EN GENERAL BENEFICIARIOS POTENCIALES
OG2	Objetivo Específico 2.1 (OE 2.1): Mejorar los mecanismos para hacer llegar a los potenciales beneficiarios del PDR la información sobre las medidas a las que puede tener acceso, y los mecanismos para acceder a las mismas.	BENEFICIARIOS POTENCIALES
	Objetivo Específico 2.2 (OE 2.2): Apoyar a los beneficiarios del PDR en el cumplimiento de sus obligaciones en materia de información y publicidad.	BENEFICIARIOS

### 3. EL CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

El punto de partida en la definición de las actuaciones previstas para el período 2014-2020 en la Estrategia de Información y Publicidad del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura bebe de dos aspectos fundamentales. Por un lado, las lecciones de la experiencia pasada y, por otro lado, las novedades que se han incorporado desde la perspectiva europea.

No obstante, las lecciones de la experiencia extraídas del período de programación 2007-2013 deben ser tenidas en cuenta. Por ello, se considera necesario potenciar las medidas que ya se desarrollaron en su momento, de tal forma que se establezca una línea de continuidad que vertebre la comunicación del PDR.

Adicionalmente, se han tenido también en cuenta aquellos requerimientos establecidos en materia de información y publicidad en la normativa aplicable. Es necesario subrayar la relevancia adquirida por la información y la comunicación en el conjunto de la Política de Desarrollo Rural. Se ha pasado a otorgar una enorme relevancia a la responsabilidad asumida por los beneficiarios y, por ello, a aquellas medidas de apoyo que faciliten el cumplimiento de sus obligaciones o en la mejora de la accesibilidad a los mensajes informativos y publicitarios para el conjunto de la ciudadanía.

Tomando como base estas consideraciones, se ha llevado a cabo un análisis de las necesidades de información de los distintos colectivos, de los resultados obtenidos por las actuaciones llevadas a cabo en el período anterior y de las posibilidades de implementación de actuaciones similares, así como de otras que respondan a los nuevos requerimientos, de lo que ha resultado una amplia tipología de actuaciones que se presenta a continuación.

En todo caso, es necesario tener presente que la política de comunicación es un proceso vivo que debe adaptarse a las diferentes fases de desarrollo del Programa de Desarrollo Rural y a los requerimientos que a lo largo de la vida de los proyectos cofinanciados pudieran ir surgiendo. Por ello, el listado propuesto a continuación pretende ser un listado abierto en el que tendrán cabida las actuaciones que pudieran llevar a cabo tanto la Autoridad de Gestión, como los beneficiarios de la ayuda FEADER.

### 3.1. Descripción de las medidas a desarrollar por tipo de destinatario

#### a) *Medidas de información y publicidad destinadas a los beneficiarios potenciales*

##### a.1) **Medidas a desarrollar por parte de la Autoridad de Gestión**

- **MEDIDA 1.1. Publicación y distribución del Programa de Desarrollo Rural aprobado:** El Programa de Desarrollo Rural de Extremadura 2014-2020 será publicitado a través de la página web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura, con el objetivo de proporcionar la información necesaria a todas aquellas personas e instituciones para valorar su candidatura al Régimen de ayudas.

##### a.2) **Medidas a desarrollar por los Órganos Gestores**

- **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:** Los Órganos Gestores, a través de sus páginas web, procederán a llevar a cabo una labor de difusión sobre la naturaleza, objetivos y prioridades del Régimen de Ayuda, pudiendo recurrir a cualquier otra herramienta adicional que estimen oportuno.
- **MEDIDA 1.3. Facilitar el acceso de los beneficiarios potenciales a las convocatorias de ayudas:** Se publicarán en los Boletines y Diarios Oficiales pertinentes las convocatorias para que, de esta forma, se pueda garantizar la accesibilidad y transparencia por parte de los colectivos interesados en el acceso a las mismas.

MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD PARA BENEFICIARIOS POTENCIALES	
Autoridad de Gestión	<b>MEDIDA 1.1.</b> Publicación y distribución del Programa de Desarrollo Rural aprobado.
Órganos gestores	<b>MEDIDA 1.2.</b> Difundir y divulgar información sobre descripción de procedimientos, exigencias, requisitos y condiciones que han de cumplirse para acceder a la financiación de operaciones elegibles.
	<b>MEDIDA 1.3.</b> Facilitar el acceso de los beneficiarios potenciales a las convocatorias de ayudas.

b) *Medidas de información y publicidad destinadas a los beneficiarios*

---

b.1) **Medidas a desarrollar por la Autoridad de Gestión**

---

- **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:** Se procederá a dar difusión y publicidad a todos los requisitos exigidos por los Regímenes de Ayuda, utilizando para ello las convocatorias de ayudas y las publicaciones en las páginas web de los Órganos Gestores.
- **MEDIDA 2.2. Identificar el origen comunitario de los recursos procedentes de la programación:** Se pondrá de manifiesto el origen comunitario de los recursos a través de las resoluciones aprobatorias de los proyectos, en los pliegos administrativos de contratación, así como en las resoluciones de encomiendas de gestión.
- **MEDIDA 2.3. Difundir las obligaciones en relación con la identificación visual sobre el terreno de determinadas operaciones cofinanciadas:** En el caso de la difusión de las obligaciones adquiridas en materia de identificación visual sobre el terreno, se podrán utilizar aspectos tales como las resoluciones de aprobación de la concesión de ayudas, las operaciones de contratación, además de las páginas webs de los agentes involucrados.
- **MEDIDA 2.4. Comunicar las obligaciones que adquieren los beneficiarios en relación con las operaciones cofinanciadas:** Tanto en las resoluciones de las convocatorias, como en las páginas web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos y los Órganos Gestores, se pondrán de relieve las implicaciones que conlleva la aceptación de una ayuda comunitaria.
- **MEDIDA 2.5. Establecimiento de una línea de asesoramiento permanente para los beneficiarios de las ayudas:** Con el objetivo de poner a disposición de los beneficiarios de las ayudas toda la información y ayuda que necesiten para el adecuado cumplimiento de los requisitos de información y publicidad, así como para resolver aquellas dudas planteadas, se pondrá en marcha un canal de asesoramiento permanente a través de herramientas diversas como la elaboración de instrucciones, manuales y la respuesta a consultas realizadas telefónicamente o por medio de correo electrónico.



- **MEDIDA 2.6. Guía de orientaciones de comunicación:** Se pondrá a disposición de los beneficiarios una “Guía de orientaciones de comunicación”, a través de la cual se establecerán las directrices que deben ser seguidas en materia de comunicación. Dicha guía será publicada en el apartado específico dedicado a FEADER en la web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura.

**b.2) Medidas a desarrollar por los Órganos Gestores**

- **MEDIDA 2.7. Información sobre cambios normativos y legislativos a los beneficiarios:** Los Órganos Gestores serán responsables de la comunicación por escrito de todos los cambios que, a lo largo de período de programación puedan acaecer en todos los aspectos relacionados con la normativa comunitaria o en los procedimientos de gestión.

MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD PARA BENEFICIARIOS	
Autoridad de Gestión	<b>MEDIDA 2.1.</b> Difundir y divulgar las exigencias, requisitos y criterios de selección de las operaciones financiadas con cargo al a programación, así como de las obligaciones y compromisos adquiridos.
	<b>MEDIDA 2.2.</b> Identificar el origen comunitario de los recursos procedentes de la programación.
	<b>MEDIDA 2.3.</b> Difundir las obligaciones en relación con la identificación visual sobre el terreno de determinadas operaciones cofinanciadas.
	<b>MEDIDA 2.4.</b> Comunicar las obligaciones que adquieren los beneficiarios en relación con las operaciones cofinanciadas.
	<b>MEDIDA 2.5.</b> Establecimiento de una línea de asesoramiento permanente para los beneficiarios de las ayudas
	<b>MEDIDA 2.6.</b> Guía de orientaciones de comunicación.
Órganos Gestores	<b>MEDIDA 2.7.</b> Información sobre cambios normativos y legislativos a los beneficiarios.

c) **Medidas de información y publicidad destinadas al público en general**

c.1) **Medidas a desarrollar por la Autoridad de Gestión**

- **MEDIDA 3.1. Acto de publicidad de lanzamiento del Programa:** Celebración de un acto institucional de presentación del PDR de cara a la comunicación efectiva de su puesta en marcha. De esta forma, Extremadura organizará un acto institucional de presentación que supondrá el lanzamiento oficial del Programa de Desarrollo Rural.

- **MEDIDA 3.2. Actividades para la celebración del día de Europa:** Se llevará a cabo el izamiento de la bandera de la Unión Europea cada año a partir del 9 de mayo y permanecerá izada por un período de una semana en conmemoración del Día de Europa, con el objetivo de hacer visible su papel y acercar el mismo a la ciudadanía.



- **MEDIDA 3.3. Publicación y distribución del Programa y de sus actualizaciones:** Se publicará en la página web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura el Programa de Desarrollo Rural FEADER 2014-2020.

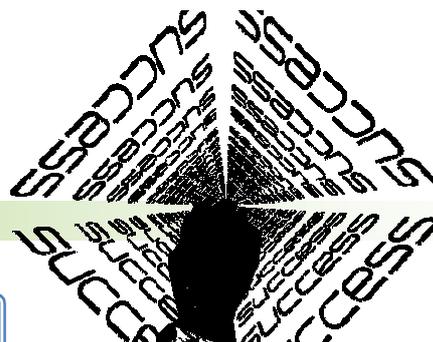
- **MEDIDA 3.4. Consolidación del espacio web en la página de la Junta de Extremadura dedicado a los Fondos:** Actualización y mejora del apartado específico dedicado al FEADER en la página web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura

(<http://www.gobex.es/ddgg002/37>).

Esta web pone a disposición de los beneficiarios, potenciales beneficiarios y el público en general toda la información disponible relacionada con FEADER. La página web se convierte en una herramienta vertebradora de las acciones de información y publicidad.



- **MEDIDA 3.5. Instauración de un banco de buenas prácticas del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura 2014-**



**2020:** Se constituirá un banco de buenas prácticas en el que se mostrarán aquellos argumentos necesarios para justificar tal consideración, esto es, documentación gráfica, importe de la ayuda, impacto en términos económicos y de empleo, etc. Dicho banco de buenas prácticas será ubicado en el sitio web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos y, en particular, en el apartado dedicado a FEADER.

### c.2) Medidas a desarrollar por los Órganos Gestores

- **MEDIDA 3.6. Dar a conocer y difundir las operaciones más relevantes llevadas a cabo, así como el cierre del Programa:** A través del apartado específico dedicado a FEADER en el sitio web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura se expondrán aquellas operaciones más destacadas para los objetivos estratégicos establecidos en la programación.

**MEDIDA 3.7. Identificación y visualización de la actuación comunitaria:** .Todos los materiales publicados tanto herramientas, como instrumentos de comunicación y difusión deberán dar respuesta a las necesidades de mostrar la participación comunitaria. Para ello, será necesario incluir los elementos de identidad visual de la Unión Europea, incluyéndose el emblema comunitario, así como una referencia al FEADER y al lema. En pequeños artículos de promoción no será obligatorio hacer referencia al Fondo ni al Lema.

### c.3) Medidas a desarrollar por los Beneficiarios

- **MEDIDA 3.8. Información a la ciudadanía de la recepción de los Fondos:** Durante la realización de la operación, el beneficiario asume la responsabilidad de informar al conjunto de la ciudadanía de la recepción de la cofinanciación.

MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD PARA PÚBLICO EN GENERAL	
Autoridad de Gestión	MEDIDA 3.1. Acto de publicidad de lanzamiento del Programa.
	MEDIDA 3.2. Actividades para la celebración del día de Europa.
	MEDIDA 3.3. Publicación y distribución del Programa y de sus actualizaciones.
	MEDIDA 3.4. Consolidación del espacio web en la página de la Junta de Extremadura dedicado a los Fondos.
	MEDIDA 3.5. Instauración de un banco de buenas prácticas del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura 2014-2020
	MEDIDA 3.6. Consolidación del sitio web único de la Autoridad de Gestión.

Órganos Gestores/ Beneficiarios	MEDIDA 3.7. Dar a conocer y difundir las operaciones más relevantes llevadas a cabo, así como el cierre del Programa.
	MEDIDA 3.8. Identificación y visualización de la actuación comunitaria
	MEDIDA 3.9. Información a la ciudadanía de la recepción de la cofinanciación..

d) *Medidas a desarrollar por los agentes difusores*

✦ **MEDIDA 4.1. Difusión en medios de comunicación:** La presencia y uso de los medios de comunicación, ya sea para la publicación de notas de prensa o comunicados oficiales en diversos aspectos como pueden ser la puesta en marcha del Programa, los resultados obtenidos por los proyectos cofinanciados o la importancia de la cofinanciación de los Fondos Europeos, es una herramienta de gran alcance y potencia que debe ser utilizada como un mecanismo adicional de las acciones de información y publicidad.



MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD PARA PÚBLICO EN GENERAL	
Organismo Intermedio	MEDIDA 4.1. Difusión en medios de comunicación.

### 3.2. Actuaciones a desarrollar por parte de los beneficiarios y fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones de comunicación

La reglamentación en materia de información y publicidad establece a través del apartado 2 del Anexo III del Reglamento (UE) nº 808/2014 una serie de obligaciones que deberán ser respondidas por los beneficiarios. Dichas obligaciones se refieren a los siguientes aspectos:

- ✦ En todas las actividades de información y comunicación que lleve a cabo, el beneficiario deberá reconocer el apoyo del FEADER a la operación mostrando:
  - ✦ El emblema de la Unión.

- ✦ Una referencia a la ayuda del FEADER.

En aquellos casos en que una actividad de información o de publicidad esté relacionada con una o varias operaciones cofinanciadas por varios Fondos, la referencia prevista a la ayuda recibida podrá sustituirse por una referencia explícita a los Fondos EIE.

- ✦ Durante la realización de una operación, el beneficiario informará al público de la ayuda obtenida del FEADER, de la siguiente manera:
  - ✦ Presentando en el sitio web del beneficiario, en caso de que exista tal sitio, una breve descripción de la operación cuando pueda establecerse un vínculo entre el objeto del sitio web y la ayuda prestada a la operación, en proporción al nivel de ayuda, con sus objetivos y resultados, y destacando la ayuda financiera de la Unión.
  - ✦ En el caso de operaciones no comprendidas en el siguiente punto que reciban una ayuda pública total superior a 10 000 EUR, y en función de la operación financiada (por ejemplo, en el caso de operaciones contempladas en el artículo 20 del Reglamento (UE) nº 808/2014, en relación con operaciones de renovación de poblaciones o de operaciones Leader), colocando al menos un panel con información acerca de la operación (de un tamaño mínimo A3), donde se destaque la ayuda financiera recibida de la Unión, en un lugar bien visible para el público, como la entrada de un edificio; cuando una operación en el marco de un PDR dé lugar a una inversión (por ejemplo, en una explotación o una empresa alimentaria) que reciba una ayuda pública total superior a 50 000 EUR, el beneficiario colocará una placa explicativa con información sobre el proyecto, en la que se destacará la ayuda financiera de la Unión; también se colocará una placa explicativa en las instalaciones de los grupos de acción local financiados por Leader;
  - ✦ Colocando en un lugar bien visible para el público un cartel temporal de tamaño significativo relativo a cada operación que consista en la financiación de obras de infraestructura o construcción que se beneficien de una ayuda pública total superior a 500 000 EUR.

El beneficiario colocará, en un lugar bien visible para el público, un cartel o placa permanente de tamaño significativo en el plazo de tres meses a partir de la conclusión de una operación que reúna las características siguientes:

- La ayuda pública total a la operación supera los 500 000 EUR.

- La operación consiste en la compra de un objeto físico, en la financiación de una infraestructura o en trabajos de construcción.

Este cartel indicará el nombre y el principal objetivo de la operación y destacará la ayuda financiera aportada por la Unión.

Los carteles, paneles, placas y sitios web llevarán una descripción del proyecto o de la operación, y los elementos a los que se refiere el punto 1 de la parte 2. Esta información ocupará como mínimo el 25 % del cartel, placa o página web.

En relación con el emblema de la Unión, el texto se compondrá de manera que no interfiera en modo alguno con dicho emblema. Por consiguiente, el reconocimiento del apoyo del FEADER a la operación cofinanciada tratará de incorporar en los diferentes soportes y herramientas de comunicación empleadas los elementos antes referidos.

El compromiso de los beneficiarios públicos y privados en el desarrollo de las actuaciones de información y comunicación ha experimentado en los últimos años una conciencia creciente que ha llevado a la utilización de instrumentos de comunicación no obligatorios.

En el periodo 2014-2020 se han establecido una serie de medidas orientadas a facilitar a los beneficiarios tanto la información necesaria acerca de las obligaciones mencionadas como receptores de la ayuda, como los instrumentos necesarios para facilitar su cumplimiento, maximizando así la eficiencia en la consecución de los Objetivos del Programa.

Para ello, se han identificado entre las actuaciones de apoyo a los beneficiarios a desarrollar las siguientes (Capítulo 3.1):

- **MEDIDA 2.3.** Difundir por parte de la Autoridad de Gestión las obligaciones en relación con la identificación visual sobre el terreno de determinadas operaciones cofinanciadas.
- **MEDIDA 2.4.** Comunicar las obligaciones que adquieren los beneficiarios en relación con las operaciones cofinanciadas desde la Autoridad de Gestión.
- **MEDIDA 2.5.** Establecimiento de una línea de asesoramiento permanente por parte de la Autoridad de Gestión para los beneficiarios de las ayudas.
- **MEDIDA 2.6.** Guía de orientaciones de comunicación a desarrollar por parte de la Autoridad de Gestión.
- **MEDIDA 2.7.** Información por parte de los gestores de las ayudas sobre cambios normativos y legislativos que afecten a los beneficiarios.

Adicionalmente, la Junta de Extremadura, a través del sitio web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos (<http://www.gobex.es/ddgg002/37>) proporcionará información sobre los proyectos, dejando constancia de la cofinanciación de los mismos.

Finalmente, el beneficiario deberá conservar constancia gráfica del cumplimiento de los requisitos reglamentarios en materia de información y comunicación. Ello significa, en la práctica:

- + Cumplimentar y conservar toda la información relativa al cumplimiento de los requisitos en materia de información y publicidad a la Autoridad de Gestión u Organismo Intermedio, para la verificación previa a la certificación de gastos.
- + Disponer de toda la documentación e información gráfica que facilite el control acerca de la aplicación de todas las medidas en materia de información y publicidad que estuviese obligado a llevar a cabo.

### 3.3. Las herramientas a utilizar

La Estrategia de Información y Publicidad contempla una amplia batería de instrumentos de comunicación que redundará en una mayor eficacia comunicativa en su implementación.

De esta forma, la articulación de las medidas de información y publicidad se ha basado en una selección de herramientas cuya utilización dependerá, en cada caso, de la naturaleza del mensaje que se pretenda dar o de las características de los destinatarios a los que vaya dirigido. Asimismo, las herramientas a emplear están condicionadas en gran medida por la tipología de actuaciones diseñadas en cada una de las submedidas del PDR 2014-2020.

La batería de instrumentos a emplear posibilitará que la comunicación se realice de dos formas complementarias, en función de la naturaleza de la actividad y los objetivos en cada caso:

- 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.

- 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 será empleada para la difusión de contenidos audiovisuales, folletos y documentos divulgativos generados, y para la celebración de los eventos y jornadas programadas.
  - + **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 será la utilizada en la publicación de anuncios y noticias en medios de comunicación y boletines oficiales.
- La **comunicación mixta**, es decir, la llevada a cabo mediante una combinación de formas que utiliza diversos canales. Este tipo de comunicación será la empleada en el caso de la difusión del contenido del Programa y de actuaciones relevantes en el ámbito del mismo, que se desarrollará a través de las páginas web de la Autoridad de Gestión y de los propios beneficiarios.

Para implementar este tipo de actuaciones, así como aquellas que deben acompañar el desarrollo de los proyectos por parte de los beneficiarios, de acuerdo al Anexo III del Reglamento (UE) nº 808/2014, se contemplan los siguientes soportes específicos que incluirán la siguiente información sobre la ayuda recibida:

- **Actos públicos**: Se contempla la celebración de actos destinados al lanzamiento del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura, en los que se hará referencia al apoyo del FEADER en el desarrollo del mismo.
- **Carteles/Vallas/Placas**: Se contempla la utilización de pósteres, carteles, placas, expositores, stands y vallas con fines publicitarios, para dar a conocer el PDR de Extremadura, o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía.
- **Nuevas tecnologías de la información**: Tratando de aprovechar el amplio potencial que suponen las TIC, particularmente entre la población más joven, se tratará de dar un



mayor protagonismo al sitio web de la Autoridad de Gestión. Tal y como se ha recogido a lo largo de la presente Estrategia, en ellas se tendrá en cuenta, como mínimo:

- ✦ Mencionar la participación de la Unión Europea y del FEADER en la página de presentación de la Autoridad de Gestión, así como recoger la información detallada del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura y la lista de operaciones.
- ✦ Crear un vínculo a la página Web de la Comisión relativas al FEADER.
- ✦ La integración de una breve descripción de la operación cofinanciada y una referencia explícita a la cofinanciación recibida.
- **Publicaciones:** Se publicarán, de forma prioritaria en la web de la Autoridad de Gestión, los principales documentos de referencia sobre el PDR, las evaluaciones llevadas a cabo, informes de ejecución, etc.
- **Actividades informativas:** Se organizarán jornadas y seminarios de difusión sobre el FEADER y su apoyo al desarrollo de la Política de Desarrollo Rural en España.
- **Medios de comunicación:** El recurso a los medios de comunicación resulta una herramienta de gran eficiencia y en torno a ella se prevé la promoción de actividades particulares en el ámbito de las actuaciones cofinanciadas.



Mención especial merece la utilización de nuevos soportes que faciliten una comunicación digital y concisa, utilizando un lenguaje común capaz de llegar a los destinatarios de las actuaciones de una forma sencilla. En este sentido, la capacidad multimedia que ofrece Internet permite utilizar audio, video, fotografías y animaciones, entre otras opciones, las cuales permiten hacer más atractivos los mensajes, aspecto que resulta especialmente necesario en temas complejos como pueden ser algunos de los relacionados con las políticas y las instituciones comunitarias.

Finalmente, respondiendo a las determinaciones establecidas en el Reglamento (UE) Nº 1303/2013 en cuanto a los **materiales que se pondrán a disposición en formatos accesibles para las personas con discapacidad**, se emplearán subtítulos en los audiovisuales que se elaboren y en todas las medidas que se basen en emisión de imágenes. Asimismo, se adaptarán los productos digitales a los distintos tamaños de pantalla, para que se pueda leer el contenido con independencia del dispositivo que se elija o que se necesite utilizar. Se podrá utilizar además para las publicaciones electrónicas tipos de letra que estén concedidas para lectores con discapacidad visual, y en la medida de lo posible, se emplearán programas de lectura de texto (TTS) que permitan convertir el texto digital a voz sintetizada a través del programa informático adecuado.

Como referencia a la hora de garantizar la accesibilidad a los contenidos digitales, y con el fin de ayudar y facilitar el acceso a la información, es necesario considerar la Resolución de 3 de septiembre de 2012, de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. Dicha Resolución establece la relación de normas UNE aprobadas por AENOR durante el mes de julio de 2012, especificando que la norma UNE 139803:2012 ha sustituido a la norma UNE 139803:2004.

Por todo ello y tomando como base el Real Decreto 1494/2007 en el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a la sociedad de la información, las administraciones públicas deben cumplir los Criterios de Conformidad de nivel A y AA de las WCAG 2.0 para, de esta forma, poder asegurar que la mayor parte de los usuarios podrán acceder a la información publicada.

#### 4. PRESUPUESTO INDICATIVO

El montante destinado a la Comunicación recogerá todo lo que se tiene previsto destinar a la comunicación del FEADER y del papel de la Unión Europea por parte de todos los Organismos y/o personas beneficiarias que participaban en el PDR para el que se elabora la presente Estrategia de Información y Publicidad, estando cofinanciado o no con el FEADER.

De cara al periodo 2014-2020, la cantidad estimada destinada a las labores de comunicación asciende a 500.000 euros y corresponde a las actuaciones en materia de comunicación llevadas a cabo por todos los participantes en el Programa.

Las actuaciones de información y publicidad general sobre el PDR contenidas en la Estrategia, y cofinanciadas a través del FEADER, se ejecutarán con cargo a la medida de asistencia técnica del propio PDR, que es gestionada por la Autoridad de Gestión.

## 5. ORGANISMOS ADMINISTRATIVOS RESPONSABLES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

La Secretaría General de Presupuestos y Financiación de la Consejería de Hacienda y Administración Pública, como Autoridad de Gestión del PDR de Extremadura 2014-2020 en el ámbito de su competencia, dinamizará y coordinará las actuaciones de información y publicidad del Programa.

De esta forma, se da respuesta al requerimiento establecido en el Anexo III del Reglamento (UE) nº 808/2014, según el cual la Estrategia debe contener una descripción de los organismos administrativos responsables de las actividades de información y publicidad. Desde la Autoridad de Gestión se designa como responsable en materia de Información y Publicidad:

### Responsable de Comunicación de la Autoridad de Gestión

#### D/ Javier Aza Donoso

Servicio de Gestión de Fondos Europeos  
Secretaría General de Presupuestos y Financiación  
Consejería de Hacienda y Administración Pública  
Edificio Morerías. Módulo B  
Paseo de Roma s/n  
Mérida 06800  
Teléfono: 924 00 57 22  
Fax: 924 00 54 18  
Email: [javier.aza@gobex.es](mailto:javier.aza@gobex.es)

Además del responsable por parte de la Autoridad de Gestión, éste contará con el apoyo de las personas responsables en esta materia que se han designado en cada uno de los órganos gestores que participan en la gestión del PDR de Extremadura, en los que se llevarán a cabo actividades de información y publicidad en el ámbito de sus competencias y que informarán puntualmente de las mismas.



## 6. RED RURAL NACIONAL

El artículo 54.1 del Reglamento FEADER indica que cada Estado miembro debe establecer una red rural nacional que integre las organizaciones y administraciones participantes en el desarrollo rural.

La red rural para España es la Red Rural Nacional (RRN), e integra a todas las organizaciones y administraciones participantes en el desarrollo rural de ámbito nacional, con el objetivo de facilitar la difusión, comunicación e información sobre los PDR y la política de desarrollo rural así como potenciar la innovación en el sector agrícola, la producción alimentaria y la silvicultura en las zonas rurales.



La estructura y funcionamiento de la RRN se establecen mediante un modelo de gobernanza definido en su Reglamento Interno. Entre los órganos de gobernanza se incluyen la Asamblea, formada por todos los miembros de la RRN, el Comité Ejecutivo, compuesto por representantes de todas las organizaciones de la Asamblea de la RRN y la Unidad de Gestión de la RRN.

La Red Rural Nacional se encuentra incluida en el Programa Nacional de Desarrollo Rural, y cuenta con un Plan de Acción propio en respuesta a las obligaciones establecidas en el artículo 54.3.b) del Reglamento FEADER. El Plan de Acción, que permanecerá vigente hasta el cierre del PNDR, se implementará mediante planes anuales que serán revisados por el Comité Ejecutivo de la RRN con la aportación de la información correspondiente por parte de la Unidad de Gestión de la RRN.

Entre las actividades que incluye el Plan de Acción de la Red Rural Nacional se encuentra la realización de un Plan de Comunicación de acuerdo al Reglamento FEADER (artículo 54.3.b.vi), que ha de incluir actividades de publicidad e información de los PDR, de acuerdo con las autoridades de gestión correspondientes, así como actividades de información y comunicación dirigidas a un público amplio.

Por tanto, el Plan de Comunicación de la RRN puede implementar acciones y actividades que se hayan incluido en las estrategias de información y publicidad tanto del PNDR como en las estrategias de los PDR de las Comunidades Autónomas.

La RRN cuenta, entre otros instrumentos, con un portal en Internet (<http://www.redruralnacional.es>), perfiles en redes sociales: Facebook (<https://www.facebook.com/pages/Red-Rural-Nacional/538087652958907?fref=ts>) y Twitter (<https://twitter.com/redrunacional>), un boletín mensual de noticias, ya en funcionamiento, y la revista trimestral Desarrollo Rural y Sostenible.

### 6.1. El papel de la Red Rural Nacional en el la Estrategia de Comunicación del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura

El Reglamento de Ejecución (UE) nº 808/2014 establece en su Anexo III la necesidad de que la estrategia de información y publicidad deberá incluir una descripción de la Red Rural Nacional y de cómo su plan de comunicación va a contribuir a la aplicación de la estrategia.

En este sentido, dadas las propias características inherentes a la misma, la capacidad de colaboración entre la Red Rural Nacional y los Programas de Desarrollo Rural de las distintas Comunidades Autónomas y, en este caso particular que ocupa con el de Extremadura, crea un contexto muy favorable para aprovechar las economías de escala y sinergias que puedan ser generadas entre ambas.

De esta forma, resulta conveniente identificar aquellos aspectos en los que es posible crear espacios comunes de interacción en los que aprovechar dicha colaboración.

Por un lado, en la página web del Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente, [www.magrama.gob.es](http://www.magrama.gob.es) se podría habilitar un espacio dedicado a los Programas de Desarrollo Rural de las distintas CCAA. En dicho espacio se podría publicar todo tipo de información relativa al Programa. Adicionalmente, tanto los Programas de Desarrollo Rural, como la información publicada podrían incorporarse, igualmente, en la propia página de la Red Rural Nacional. Igualmente, los perfiles en redes sociales de la RRN podrían llevar a cabo una labor de difusión de la información relativa al PDR.

Este espacio de colaboración supondría un importante incremento de la capacidad de alcance y difusión de los Programas autonómicos, multiplicando el público al que podría llegar.

Por otro lado, otro aspecto en el que existe espacio para fomentar posibles colaboraciones entre instituciones es el relativo a la programación de acciones puntuales. Dichas acciones, como el comienzo o finalización de actividades destacadas, podría ser recogida en un calendario común publicado tanto en la propia web del Ministerio, como en la de la Red Rural Nacional. En este punto podría recogerse información relativa a acciones tales como reuniones y jornadas dirigidas a organizaciones y/o entidades representativas del medio rural; jornadas divulgativas; etc.

Muchos son los ámbitos en los que la colaboración conjunta entre la Red Rural Nacional y los Programas de Desarrollo Rural autonómicos podrían beneficiarse de acciones conjuntas.

A modo de resumen, las medidas del PDR de Extremadura en las que se aprecian posibilidades de colaboración con la Red Rural Nacional son las siguientes:

- **Medida 1.1. Publicación y distribución del Programa de Desarrollo Rural aprobado:** A través de la página web y redes sociales de la RRN se podría ofrecer información y difusión sobre el PDR de Extremadura.
- **Medida 3.1. Acto de publicidad de lanzamiento del Programa:** Difusión a través de la web y las redes sociales de la RRN de los actos realizados en el marco del PDR de Extremadura.
- **Medida 3.4. Consolidación del espacio web en la página de la Junta de Extremadura dedicado a los Fondos:** Se puede establecer una relación con la RRN de cara a que ésta proporcione una mayor visibilidad de la página web del PDR de Extremadura a través de herramientas como su propia web y redes sociales.
- **Medida 3.6. Instauración de un banco de buenas prácticas del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura 2014-2020:** Visibilidad a través de las herramientas de la RRN (web, redes sociales) de las buenas prácticas seleccionadas del PDR de Extremadura.

Adicionalmente, una vez se publique el Plan de Comunicación de la Red Rural Nacional, se tendrán en consideración los mecanismos de coordinación que en dicho Plan se estimen oportunos.

## 7. SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

El sistema de seguimiento de la Estrategia de Información y Publicidad que se presenta en este capítulo da cumplimiento a lo establecido al respecto en el artículo 75 del Reglamento (UE) nº 1305/2013, teniendo en cuenta además el esquema establecido para el Informe Anual de Ejecución en el Anexo VII del Reglamento (UE) Nº 808/2014.

De acuerdo con ello, el seguimiento se instrumentará a través de la recopilación de información de cara a presentar la evolución de la Estrategia ante el Comité de Seguimiento, el análisis de dicha evolución realizado en los informes anuales de ejecución de 2016 y 2018 (presentados a su vez al Comité de Seguimiento en las anualidades 2017 y 2019) y la recopilación de indicadores de comunicación. De esta forma:

- De acuerdo con lo establecido en el artículo 13, relativo a Información y Publicidad, del Reglamento (UE) Nº 808/2014, la Autoridad de Gestión remitirá una Estrategia de Información y Publicidad, así como las eventuales modificaciones de ésta, al Comité de Seguimiento con fines informativos, siendo el plazo previsto para dicha presentación de seis meses desde la aprobación del PDR. Continuando con lo expuesto en dicho artículo, la Autoridad de Gestión informará al Comité de Seguimiento, al menos una vez al año, sobre los avances en la aplicación de la Estrategia, así como sobre su análisis de los resultados y sobre las actividades de información y publicidad que se prevean llevar a cabo el año siguiente.

En resumen, la información a presentar al Comité de Seguimiento, tras la aprobación de la Estrategia, con carácter anual, se concreta en tres elementos esenciales:

- Las actividades de información y comunicación, llevadas a cabo en la anualidad previa, para dar publicidad al programa.
- La descripción de las actividades de comunicación realizadas en relación con la publicación de las conclusiones de la evaluación, de acuerdo al Plan de Evaluación establecido en el capítulo 9 del PDR.
- Las actividades de información y de comunicación que se prevea efectuar el siguiente año. En el caso de considerarse oportuno, el Comité de Seguimiento podrá emitir un dictamen sobre tales actividades.

- Los Informes Anuales de Ejecución correspondientes a las anualidades 2016 y 2018 (que se presentarán, en los Comités de Seguimiento de 2017 y 2019) recogerán un

análisis de la evolución de la Estrategia de Información y Publicidad más detallado, cuya elaboración corresponderá a la Autoridad de Gestión.

- En respuesta a lo establecido en el Anexo III del Reglamento (UE) N° 808/2014, y de cara a garantizar la disposición de información que permita evaluar en 2017 y 2019 la evolución de las actividades de información y publicidad asociadas al PDR, **se han seleccionado una serie de Indicadores que permitirán un seguimiento eficaz de los resultados alcanzados por la Estrategia de Información y Publicidad**. De esta forma, se presentan cuantificadas las previsiones para 2020 en lo que respecta a los indicadores de realización y resultados en materia de comunicación.

A estos indicadores habrá que darles cumplimiento a lo largo de la ejecución del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura para alcanzar el reto de incrementar sustancialmente el nivel de conocimiento por parte de la ciudadanía de la Política de Desarrollo Rural, implementada a través del FEADER.

Los indicadores se solicitarán a los órganos gestores una vez al año, coincidiendo con el momento de petición de información para la elaboración de los informes anuales de ejecución. De esta forma, en estos momentos puntuales se procederá a la recopilación de los valores cuantificados de los indicadores, información que permitirá valorar los avances conseguidos en el ámbito de la comunicación.

**TABLA 2. INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN. VALORES PROGRAMADOS PARA 2020**

Indicador	VALOR DE REALIZACIÓN		VALOR DE RESULTADOS	
<b>1. Actividades y actos públicos</b>	Nº de Eventos realizados		Nº de Asistentes	
<b>2. Publicaciones en medios de difusión</b>	Nº de Actos difusión			
<b>3. Publicaciones realizadas</b>	Nº de Publicaciones			
<b>4. Páginas Web</b>	Nº de Páginas Web		(Nº) Promedio Anual de Visitas	
<b>5. Soportes publicitarios</b>	Nº de Soportes publicitarios			
<b>6. Documentación interna distribuida</b>	Nº de Documentación interna distribuida			

Los indicadores de seguimiento mencionados constituirán un referente fundamental del seguimiento de la Estrategia de Información y Publicidad en el período 2014-2020.

Tales indicadores, que se dividen en indicadores de realización y de resultado, responden a la siguiente definición.

- **11. Actividades y actos públicos.** Recogerá el acto de lanzamiento del PDR para el que se elabora la Estrategia de Información y Publicidad, los actos informativos importantes que se realicen a lo largo del año y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas del PDR o transmitir información acerca de la implementación de la Política de Desarrollo Rural en Extremadura.

Por lo tanto, dentro de esta categoría se considerarán los seminarios, jornadas, actos de presentación o inauguración de operaciones cofinanciadas, etc., siempre que todo o parte del contenido a tratar en los mismos esté referido a cualquier aspecto relacionado con el apoyo FEADER y su contribución al PDR.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos:

- (Nº) EVENTOS REALIZADOS.
- (Nº) ASISTENTES A DICHOS EVENTOS.

- **12. Publicaciones en medios de comunicación.** En este epígrafe se recogen distintos tipos de acciones de difusión realizadas en los medios (spots en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, noticias y “banner” en Internet, notas de prensa en teletipos...) utilizados con motivo de dar a conocer el PDR o alguna de sus actuaciones concretas, entre la ciudadanía.

Asimismo, aquí se incluirán también las publicaciones de licitaciones, bases reguladoras y órdenes de ayuda, convenios, etc. tanto en prensa, como en el Diario Oficial de Extremadura (DOE), de las operaciones cofinanciadas.

En este grupo de acciones hay que cumplimentar un único indicador:

- (Nº) ACTOS DIFUSIÓN

- **13. Publicaciones realizadas.** Se recogen cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos...) dirigidos a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer el PDR o alguna de sus actuaciones concretas.

En este grupo de acciones hay que cumplimentar un único indicador:

- (Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS: computará para cada ejercicio la publicación en sí, y no el número de ejemplares de la misma.
- **14. Páginas web.** Contabiliza las principales Web utilizadas para la transmisión de información sobre el PDR, o de algunas actuaciones en concreto. Es condición necesaria que dichas Web tengan una página específica en la que se destaque la contribución del FEADER y se incluya un hiperenlace al sitio web de la Comisión dedicado al fondo de desarrollo rural.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos:

- (Nº) PÁGINAS WEB.
- (Nº) VISITAS.
- **15. Soportes publicitarios.** Se recogen los distintos soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer el PDR de Extremadura o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía. También se incluirá el material promocional realizado (bolígrafos, carpetas, camisetas, pen-drives, etc.).

En este grupo de acciones hay que cumplimentar un único indicador:

- (Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS.
- **16. Documentación interna distribuida.** Se incluye toda la documentación distribuida desde la Autoridad de Gestión a los Organismos Gestores del PDR y/o potenciales beneficiarios/beneficiarios.

Tales instrucciones deben entenderse en sentido amplio y podrán consistir en guías metodológicas, indicaciones, informes, correos electrónicos enviados que tengan por objeto aclarar temas o resolver cuestiones relacionadas con la gestión y aplicación del FEADER, etc.

En este grupo de acciones hay que cumplimentar un único indicador:

- (Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA.

En relación con la estimación de los valores a alcanzar por cada uno de los indicadores se ha consensado que se realice a 2020 y se consideren tanto las actividades ejecutadas por

los responsables de la Estrategias de Información y Publicidad y por los Organismos Gestores, como por parte de los beneficiarios del PDR.

## 8. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA

A la hora de establecer el proceso de **evaluación** que acompañe al desarrollo de la Estrategia de Información y Publicidad, se busca establecer mecanismos para valorar el grado de consecución de los objetivos del mismo, es decir, aportar una medida y una valoración de la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas.

Para valorar esta evolución del cumplimiento de los objetivos programados, está previsto realizar **dos ejercicios de evaluación** a lo largo del periodo, en los años **2018 y 2021**, que permitan comprobar si la aplicación de la Estrategia ha logrado aumentar la visibilidad del PDR y del FEADER, y su contribución al desarrollo de la Política de Desarrollo Rural, así como valorar la calidad de las acciones desarrolladas.

La metodología se sustentará, en todo caso, en los **indicadores de realización y resultados** definidos. A título indicativo, la estructura que podrían seguir los informes de Evaluación podrá ser el siguiente:

### 1. Metodología de evaluación.

- 1.1 Diseño técnico de la evaluación
- 1.2 Métodos y técnicas utilizadas

### 2. Análisis de la programación de la Estrategia de Información y Publicidad.

### 3. Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad.

- 3.1 Avances en la ejecución de las medidas.
- 3.2 Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.

### 4. Incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad.

### 5. Conclusiones y recomendaciones: propuesta de medidas a adoptar.

Los ejercicios de evaluación permitirán valorar la opción, tanto de reprogramar los valores de los indicadores de comunicación inicialmente previstos, como de introducir nuevas actuaciones en el caso de que no se haya alcanzado el nivel deseado de visibilidad de las acciones de comunicación.

Los **criterios de evaluación o aspectos claves** que se recomienda considerar a la hora de realizar los Informes de Evaluación de la Estrategia de Información y Publicidad del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura serán los siguientes:

- El **criterio de proporcionalidad**, es decir la existencia de una correspondencia entre las actuaciones recogidas en el PDR y el montante presupuestario destinado a las actuaciones en materia de comunicación que se van a evaluar.
- El **criterio de pertinencia** de la Estrategia definida respecto a las directrices difundidas. En este sentido, se valorará la adecuación de la Estrategia de Información y Publicidad respecto a la documentación existente en esta materia.
- La **validez y consistencia interna** de la Estrategia, comprobando si existe coherencia entre los objetivos de la Estrategia de Información y Publicidad y si las medidas de comunicación puestas en marcha responden adecuadamente a dichos objetivos.
- **Valorar la asignación y adecuación** de los recursos destinados a esta materia.
- Valorar la consideración del **principio de igualdad** de oportunidades.

A partir de los criterios mencionados, los resultados de estas evaluaciones se presentarán anexados a los informes de Evaluación del PDR, y a los Informes Anuales de Ejecución correspondientes a los años 2018 y 2021.



UNIÓN EUROPEA

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

**JUNTA DE EXTREMADURA**  
Consejería de Hacienda y Administración Pública