

Informe de Seguimiento de Información y Publicidad. 2021

Realización de las tareas de
evaluación continua
correspondientes a la
anualidad 2021 del
Programa de Desarrollo
Rural de la Comunitat
Valenciana 2014-2022

Diciembre 2021

RegioPlus
Consulting 



Índice de Contenidos

1. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	1
1.1 Introducción	1
1.2 Análisis de la planificación de la estrategia de comunicación del programa.....	2
1.3 Evaluación de las actividades y herramientas de comunicación empleadas.....	7
2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	16

1. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

1.1 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 es la **Estrategia de Información y Publicidad del Programa de Desarrollo Rural de la Comunitat Valenciana 2014-2022**. Esta es necesaria tanto para dar una mayor notoriedad y transparencia a las actuaciones cofinanciadas y los resultados obtenidos en los ámbitos del desarrollo rural gracias a las medidas que contempla, como para determinar las responsabilidades y funciones que han de desempeñar las diferentes partes implicadas en la ejecución y gestión del PDR de la Comunitat Valenciana 2014-2022.

Esta Estrategia establece en su contenido:

- ✦ Los objetivos de la Estrategia, así como los grupos destinatarios de las actuaciones previstas.
- ✦ El contenido de las medidas de información y publicidad por tipo de destinatario de las mismas.
- ✦ 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 valoración del alcance de las actividades de información y publicidad emprendidas.

1.2 Análisis de la planificación de la estrategia de comunicación del programa

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 cuatro objetivos generales, en concreto:

- ✦ **Objetivo 1:** Divulgar entre la población de la Comunitat Valenciana la adopción y los objetivos del PDR, así como de sus principales resultados.
- ✦ **Objetivo 2:** Informar a los potenciales beneficiarios de las posibilidades de financiación que ofrece el PDR.
- ✦ **Objetivo 3:** Destacar las contribuciones de las administraciones cofinanciadoras al PDR y, en particular, el papel que desempeña la Unión Europea.
- ✦ **Objetivo 4:** Mejorar la transparencia del PDR de cara a los beneficiarios.

Con el fin de maximizar el alcance e impacto de la Estrategia, las medidas y acciones que contiene se dirigen a diversos **colectivos 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 y/o 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 la Comunitat Valenciana, así como transmitirle los resultados obtenidos por las intervenciones y el papel que desempeña el apoyo de la Unión Europea a través del FEADER.

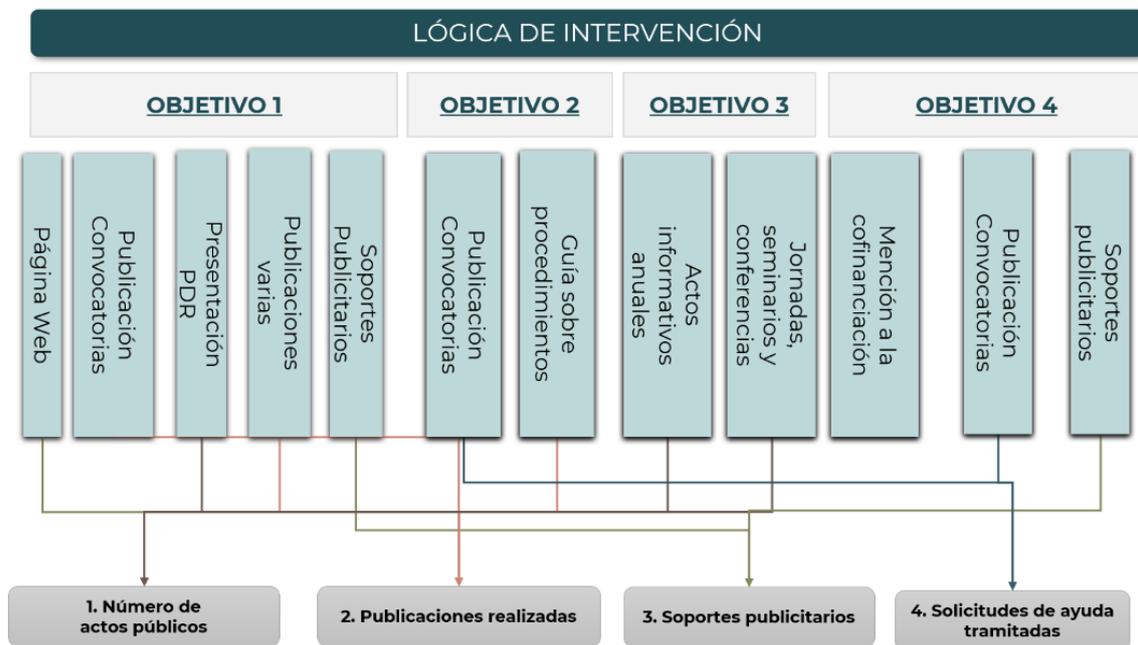
Finalmente, la Estrategia recoge todas las **medidas de información y publicidad** que, con respecto a las actuaciones comprendidas en el PDR, se desarrollan en el periodo 2014-2022. Tales medidas han tenido presente los objetivos y destinatarios fijados, contribuyendo a incrementar la visibilidad y la transparencia del FEADER.

A continuación, se analiza la lógica de intervención que plantea la Estrategia de Información y Publicidad del PDR de la Comunitat Valenciana de cara a comprobar los siguientes aspectos:

- ✦ Los objetivos son la base en la que se encuadran las actuaciones de la Estrategia.
- ✦ Las actuaciones identifican en cada caso el organismo responsable de las mismas.
- ✦ Se establece el grupo destinatario al que van dirigidas.
- ✦ Los indicadores de seguimiento asociados recogen la evolución del desarrollo de las actuaciones previstas 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: Elaborado por Regio Plus Consulting.

Como se puede apreciar en la Tabla 1, se han identificado varios aspectos a mejorar respecto a la lógica de intervención, en concreto:

- ✦ La medida de “Creación de una página web específica” no se relaciona de forma directa con ningún indicador de realización, aunque se ha asociado provisionalmente al indicador “número de publicaciones realizadas”.
- ✦ No existe un indicador que pueda asociarse a la actuación “Mención expresa de la administración financiadora”. Es preciso tener en cuenta en este sentido, que la mención a la contribución comunitaria en las comunicaciones se trata de una obligación reglamentaria, al margen de considerarse como actuación concreta.

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

OBJETIVOS				MEIDIDAS	DESTINATARIOS	INDICADOR ASOCIADO DE REALIZACIÓN	INDICADOR DE RESULTADOS
1	2	3	4				
+				MEDIDA 1. Creación de una web específica de la AVFGA.	BENEFICIARIOS	2. Número de publicaciones realizadas	3. Número de visitas a la página Web
+				MEDIDA 2. Publicación de las licitaciones, bases reguladoras y órdenes.		4. Número de solicitudes de ayuda tramitadas	4. Número de solicitudes de ayuda resueltas
			+	MEDIDA 3. Mención expresa de las administraciones financiadoras.			
	+			MEDIDA 4. Guía sobre procedimientos a seguir para acceder a las ayudas.		2. Número de publicaciones realizadas	2. Número de puntos de distribución de las publicaciones
+				MEDIDA 1. Creación de una web específica de la AVFGA.	BENEFICIARIOS POTENCIALES	2. Número de publicaciones realizadas	3. Número de visitas a la página Web
+				MEDIDA 2. Publicación de las licitaciones, bases reguladoras y órdenes.		4. Número de solicitudes de ayuda tramitadas	4. Número de solicitudes de ayuda resueltas
	+			MEDIDA 4. Guía sobre procedimientos a seguir para acceder a las ayudas.		2. Número de publicaciones realizadas	2. Número de puntos de distribución de las publicaciones
+				MEDIDA 5. Acto de presentación del PDR.		1. Número de actos públicos realizados	1. Número de asistentes a los actos públicos

Informe de Seguimiento de Información y Publicidad. 2021

OBJETIVOS				MEIDDAS	DESTINATARIOS	INDICADOR ASOCIADO DE REALIZACIÓN	INDICADOR DE RESULTADOS
1	2	3	4				
		+		MEDIDA 6. Actos informativos anuales.		1. Número de actos públicos realizados	1. Número de asistentes a los actos públicos
		+		MEDIDA 7. Jornadas, seminarios y conferencias.		1. Número de actos públicos realizados	1. Número de asistentes a los actos públicos
+				MEDIDA 1. Creación de una web específica de la AVFGA.	PÚBLICO EN GENERAL	2. Número de publicaciones realizadas	3. Número de visitas a la página Web
+				MEDIDA 5. Acto de presentación del PDR.		1. Número de actos públicos realizados	1. Número de asistentes a los actos públicos
+				MEDIDA 8. Publicaciones editadas en soporte papel o electrónico.		2. Número de publicaciones realizadas	2. Número de puntos de distribución de las publicaciones
			+	MEDIDA 9. Información a través de cualquier tipo de soporte.		3. Número de soportes publicitarios utilizados	

1.3 Evaluación de las actividades y herramientas de comunicación empleadas

De cara al alcance de los objetivos establecidos en materia de información y publicidad, la Estrategia de Información y Publicidad del PDR de la Comunitat Valenciana establece el conjunto de medidas ya mencionadas en las que se encuadran las diversas actuaciones a desarrollar. En la Tabla 2 se recopila cuáles de estas medidas están en marcha a 31 de diciembre de 2020.

TABLA 2. MEDIDAS DE LA ESTRATEGIA PUESTAS EN MARCHA

MEDIDAS		PUESTA EN MARCHA
1	Creación de una web específica de la AVFGA	+
2	Publicación de las licitaciones, bases reguladoras y órdenes	+
3	Mención expresa de las administraciones financiadoras	+
4	Guía sobre procedimientos a seguir para acceder a las ayudas	+
5	Acto de presentación del PDR	+
6	Actos informativos anuales	+
7	Jornadas, seminarios y conferencias	+
8	Publicaciones editadas en soporte papel o electrónico	+
9	Información a través de cualquier tipo de soporte	+

Fuente: Regio Plus Consulting

Para el análisis de las actividades realizadas hasta el momento se ha recurrido a una observación de carácter cuantitativo y cualitativo, habiéndose profundizado en mayor medida en esta última. Si bien se ha podido extraer información de algunos indicadores inicialmente previstos en el Capítulo 4 de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR de la Comunitat Valenciana 2014-2022 (Tabla 3).

TABLA 3. AVANCE DE INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Indicador	Valor acumulado (15 de octubre 2021)
Número de solicitudes de ayudas tramitadas*	35.507
Número de solicitud de ayudas resueltas*	27.460
	Valor acumulado (20 de diciembre 2021)
Número de visitas a la página web**	27.108

*Fuente: Elaborado por Regio Plus Consulting, a partir de AVFGA

**Fuente: Elaborado por Regio Plus Consulting, a partir de DGTIC.

Todos los indicadores de seguimiento (como ya se mostraba en la Tabla 1) previstos en el Capítulo 4 de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR son los siguientes:

- ✦ Indicadores de realización:
 - ✦ Número de actos públicos realizados.
 - ✦ Número de publicaciones realizadas.
 - ✦ Número de soportes publicitarios utilizados.
 - ✦ Número de solicitudes de ayudas tramitadas.
- ✦ Indicadores de resultado:
 - ✦ Número de asistentes a los actos públicos.
 - ✦ Número de puntos de distribución de las publicaciones.
 - ✦ Número de visitas a la página web.
 - ✦ Número de solicitud de ayudas resueltas.

Como se ha comentado, en el presente análisis se profundiza en mayor medida en el avance de cada una de las medidas desde un punto de vista más cualitativo. A continuación, se expone el avance en cada una de las medidas:

- ✦ **Medida 1 Creación de una web específica de la AVFGA.** La web de la Agencia Valenciana de Fomento y Garantía Agraria (AVFGA) se puso en marcha en mayo de 2016 (acceder [aquí al enlace web](#)). Esta web incorpora toda la información asociada a la programación, evaluación y seguimiento del PDR de la Comunitat Valenciana, así como los requisitos para acceder a las ayudas del PDR definidos en el documento de Criterios de Selección de Operaciones (CSO).
- ✦ **Medida 2 Publicación de las licitaciones, bases reguladoras y órdenes.** Se publican periódicamente en el Diario Oficial de la Generalitat Valenciana las órdenes reguladoras de las bases de las ayudas y las resoluciones de las convocatorias, que se dan a conocer además a través de la web de la AVFGA (acceder [aquí a la web](#)). También se utiliza en algunas operaciones la publicación en la cuenta oficial de Twitter de la Conselleria (@GVA agroambient) y Facebook (<https://www.facebook.com/GVAAgroambient/>).

En el caso de la operación 8.3.3, en noviembre de 2021 la Dirección General de Prevención de Incendios Forestales dispone de una lista de distribución de correo electrónico con 513 suscriptores, a través de la cual se ha dado publicidad a las órdenes y convocatorias de ayudas.

Además, en distintas operaciones (4.1.1, 6.1.1, 8.3.1, 8.3.3) se han publicado notas de prensa tras la publicación de cada convocatoria y la concesión de las ayudas.

- ✦ **Medida 3 Mención expresa de las administraciones financiadoras:** En la evaluación de 2017 se indicó que en los informes de elegibilidad elaborados por la Autoridad de gestión hicieran hincapié en que en las órdenes, convocatorias y resoluciones de concesión de ayudas se informara a los beneficiarios de que la medida subvencionada está cofinanciada por el FEADER dentro del PDR de la Comunitat Valenciana 2014-2022, así como sus obligaciones en materia de publicidad como beneficiarios de estas ayudas. En este ámbito, se ha podido comprobar que la referencia a las obligaciones en materia de información y publicidad se incluyen en las bases reguladoras.

- ✦ **Medida 4 Guía sobre procedimientos a seguir para acceder a las ayudas.** Hasta el momento no se ha puesto en marcha la Guía general prevista para apoyar a los beneficiarios en el acceso a las ayudas. Si bien, en el caso de la medida 1 se han publicado dos guías sobre la presentación y justificación de estas ayudas que se remitieron por correo electrónico a los posibles beneficiarios y a quienes las solicitaron. También en el caso de la medida 3 el órgano gestor elabora, y actualiza si es necesario, en cada convocatoria dos guías explicativas sobre las operaciones de la medida que se han difundido mediante remisión por e-mail a todas las figuras de calidad implicadas.

En la operación 8.3.3., en la web de la Consellería de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, en el apartado correspondiente del servicio, hay disponible una guía electrónica para la tramitación (portal PROP), donde se explica la ayuda, la baremación de los expedientes y las obligaciones de los beneficiarios. También hay un apartado con preguntas frecuentes y dos instrucciones de la DG de Prevención de Incendios Forestales en relación con la tramitación de los PLPIF.

En la operación 19.1.1. hay un manual y preguntas frecuentes en la web de la Consellería, en el apartado correspondiente del servicio.

En la mayor parte de las operaciones, los órganos gestores disponen de manuales de procedimiento y guías actualizadas a modo interno.

En el detalle del procedimiento telemático de solicitud de cada ayuda (trámite GUC), muchas de las operaciones incluyen información adicional, concretamente en las operaciones 4.1.1. y 6.1.1., se incluyen documentos con aclaraciones sobre el procedimiento para la determinación del importe de la ayuda, la descripción del Margen Bruto y la mano de obra de la explotación, o en el caso de la 6.1.1. instrucciones como “la Instrucción 1/2016: Criterios para la elegibilidad de planes empresariales”. También se puede acceder a Directrices, instrucciones, acuerdos y circulares.

- ✦ **Medida 5 Acto de presentación del PDR.** Aunque se han llevado a cabo actos públicos relacionados con el PDR, no se ha procedido a la realización de una jornada con el único objeto de dar a conocer todas las posibilidades que ofrece el PDR, más allá de la presentación del PDR ante el Comité de Seguimiento. Sin embargo, sí se han ido realizando actos puntuales sobre operaciones concretas tal y como se indica con relación a la medida 7.

- ✦ **Medida 6 Actos informativos anuales.** En cuanto a la celebración de actos informativos anuales, con relación a la medida 7 se incorpora la relación de actos públicos realizados para dar a conocer las operaciones del PDR. Sin embargo, sería oportuna la realización de jornadas informativas sobre los resultados alcanzados que contribuyan a la difusión de buenas prácticas y actuaciones transferibles apoyadas por el PDR. Por el momento, se están elaborando las fichas de Buenas Prácticas, y posteriormente se incluirán en la web de la AVFGA.

- ✦ **Medida 7 Jornadas, seminarios y conferencias.** Tal y como se ha comentado, desde el inicio de la puesta en marcha del PDR se han llevado a cabo actos públicos concretos para dar a conocer la puesta en marcha de determinadas operaciones por parte de los servicios gestores. En concreto, se han llevado a cabo en el ámbito de las siguientes medidas del PDR:

- ✦ Medida 1: En 2018 se celebraron 3 reuniones de la “Mesa de Calidad Diferenciada de la CV” en las que se explicaron estas ayudas a representantes del sector. Entre los años 2018 y 2019 se realizaron 6 actos informativos en los que se explicaron estas ayudas a los 93 posibles beneficiarios (5 reuniones de la Mesa de la Calidad Diferenciada de la Comunitat Valenciana y una reunión informativa sobre la ejecución de esta medida). A estos actos asistieron 51 personas.
- ✦ Medida 3: Desde 2017 se han realizado 11 reuniones de la Mesa de la Calidad Diferenciada de la Comunitat Valenciana (dos de ellas en 2020), para informar de la medida a los posibles beneficiarios. A estas reuniones han asistido 118 personas (59 hombres y 59 mujeres), además de los asistentes de la última de ellas que se realizó de forma telemática en octubre de 2020.

Medida 4: Se realizó la presentación de la medida 4.2 en una jornada pública y se realizaron diferentes exposiciones mediante charlas a los sectores beneficiarios. Para el caso de la operación 4.1.1, en 2017 se realizaron 5 reuniones de formación dirigidas a técnicos de oficinas comarcales y de entidades de asesoramiento con una asistencia de 122 personas, y en 2018 se realizó una dirigida a los técnicos de la Consellería con el fin de explicar el proceso de validación y control de las solicitudes.

En el ámbito de la operación 4.2.1 se realizaron también en 2017 tres reuniones informativas a las que asistieron 170 personas. Además, con relación a la operación 4.3.1, en junio de 2017 se realizó una jornada informativa en los locales de FECOREVA (Federación de comunidades de regantes de la Comunitat Valenciana) y en marzo de 2018 se realizaron dos reuniones públicas con el fin de explicar a las comunidades de regantes, así como a ingenieros proyectistas, la tramitación de los expedientes de estas ayudas a las que asistieron 33 personas en las dependencias de la Ciudad Administrativa Nou d’ Octubre de Valencia.

- ✦ Medida 6: Se realizaron reuniones dirigidas a técnicos de oficinas comarcales de la Consellería y entidades de asesoramiento (7 en 2016 con 141 asistentes). Además, se divulgó la publicación de las convocatorias a través de la cuenta de Twitter de la Consellería (@GVA agroambient).
- ✦ Medida 8: Se llevaron a cabo en el ámbito de esta medida reuniones de la Mesa Forestal (dos en 2016) como base para dar a conocer las órdenes de bases de las ayudas para la aplicación de medidas de gestión forestal sostenible en las operaciones 8.5.1, 8.5.2 y 8.6.1. En el ámbito de esta medida se llevó a cabo además en 2016 el congreso “IV Jornades de Conservació de Flora i funga”.

Respecto a la operación 8.5.3 se desarrollan numerosas actuaciones de publicidad vinculadas a la introducción en el medio natural de las especies más emblemáticas o amenazadas de los espacios naturales de la Red Natura 2000. En este sentido, desde el servicio gestor señalan que es habitual que a estas acciones se convoque a la ciudadanía, y que las convocatorias sean utilizadas para difundir el soporte financiero del FEADER a las actuaciones de producción de flora y fauna. En 2017 se realizaron diversos actos públicos a los que asistieron 881 personas, y en 2018 seis actividades en las que participaron 119 hombres y 136 mujeres. Se realizaron también cuatro actos de perfil técnico o académico en los que se dio publicidad del soporte financiero del FEADER a las actuaciones de producción de flora y fauna, en los que participaron 117 hombres y 120 mujeres. En 2020 se han realizado dos

actos públicos de difusión de las actividades de conservación de la naturaleza: plantación de flora dunar (Marjal de Rafalell y Vistabella en la provincia de Valencia) y plantación de *Limonium mansanetianum* en la localidad de Cárcer (provincia de Valencia), en ambos actos con soporte financiero del FEADER. (Imagen 1).

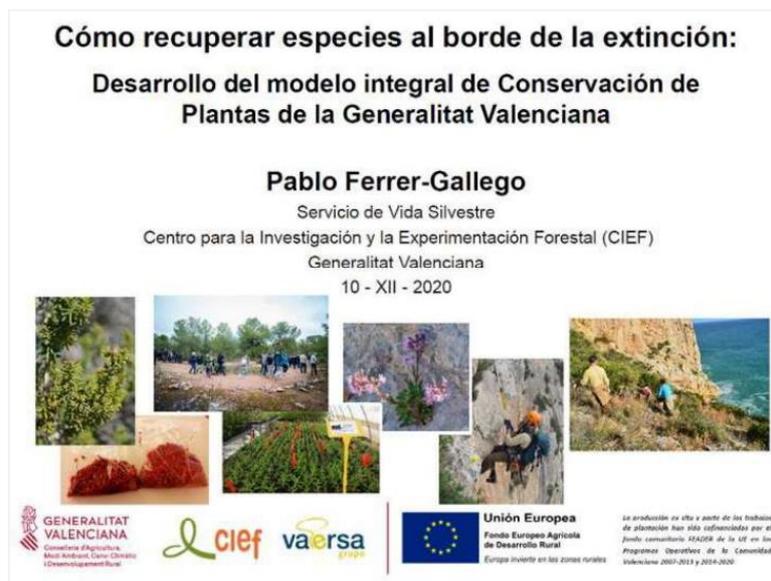
IMAGEN 1. ACTO DE PLANTACIÓN DE LIMONIUM MANSANETIANUM



Fuente: IAE 2020

También durante 2020, la Conselleria participó en un seminario sobre especies de flora amenazada en el que participaron 80 personas (Imagen 2).

IMAGEN 2. CARTEL SEMINARIO SOBRE CONSERVACIÓN DE ESPECIES DE FLORA AMENAZADA



Fuente: IAE 2020

Respecto de las acciones de difusión del PDR entre estudiantes, se ha realizado una visita guiada al Centro de Conservación de Especies Dulceacuícolas de El Palmar (València), con estudiantes de la Universidad Politécnica Valencia. En total han participado 50 estudiantes.

Por su parte, asociado a la operación 8.3.1, en 2018 se realizaron diversas reuniones con los futuros directores de obra, para incidir en aquellos aspectos que diferenciaban estas obras financiadas con el PDR de las ordinarias, financiadas con presupuesto de la Generalitat. En especial, toda aquella documentación específica, los controles posteriores, publicidad de las actuaciones, etc. Se realizaron además reuniones con representantes del sector agropecuario valenciano para explicar las ayudas para el control de la vegetación natural, mediante pastoreo extensivo, en zonas estratégicas para la prevención de incendios forestales.

En abril de 2019 se realizó una reunión con técnicos municipales y técnicos de gabinetes de ingeniería contratados por los ayuntamientos beneficiarios de las ayudas para la redacción de Planes Locales de Prevención de Incendios (PLPIF), para recordar y resolver dudas respecto a la tramitación de estos planes, contenidos del mismo, conceptos técnicos y tramitación de solicitud del pago, con la colaboración de los colegios oficiales de ingenieros técnicos forestales e ingenieros de montes.

Finalmente, en el caso de la operación 8.3.3 entre 2016 y 2017 hubo 17 reuniones en 7 municipios de la Mesa de Concertación post-incendio forestal, que es una herramienta para trabajar la restauración de una zona incendiada de manera conjunta con los actores del territorio afectado. En estas reuniones se informaron de las ayudas a los ayuntamientos para la elaboración de los planes locales de prevención de incendios forestales.

- ✦ Medidas 10, 11 y 13: se han realizado jornadas de presentación de las tres medidas en distintos emplazamientos, entre ellos Oficinas Comarcales, el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias o la sede Intercoop de Almassora. En 2016 y 2017 se realizaron 6 actos públicos con este objetivo en cada anualidad, 7 en 2018, estas últimas con una asistencia de 123 hombres y 169 mujeres, y 14 en 2020, en Alicante, Valencia y Castellón los días 16 y 23 de enero, 3, 4, 5, 10 11 y 12 de febrero de 2020, a las que asistieron 356 personas. Las jornadas de formación son de carácter teórico práctico con el fin de dar a conocer entre las personas asistentes los preceptos legales que rigen estas ayudas y también la sistemática de gestión y control que se aplica por parte de la Administración.
- ✦ Medida 16: se realizaron jornadas informativas dirigidas a los posibles beneficiarios y al público en general. En concreto, conjuntamente con el Servicio de Estrategia Territorial Rural durante el mes de mayo de 2018 se organizaron 11 jornadas informativas (una en cada GAL) sobre las ayudas Leader y sobre el resto de las ayudas incluidas en el PDR.
- ✦ Medida 19: se llevaron a cabo jornadas de presentación de la medida LEADER en distintos emplazamientos. En 2016 se realizaron 6, y en 2018 se realizaron en total de 11 jornadas de difusión, una por cada uno de los 11 GAL LEADER de la Comunitat Valenciana, en las que participaron más de 500 personas.

También en 2018 se realizaron 8 jornadas de formación dirigidas al personal técnico y administrativo de los GAL.

En 2020 se realizaron 8 seminarios on-line (webinars) para informar sobre la tramitación de las ayudas Leader. Además, se realizaron 11 sesiones informativas y de asesoramiento (presenciales o telemáticas) abiertas al público en las que se expusieron las líneas generales de las ayudas Leader.

Finalmente, en 2020, el Servicio de Estrategia Territorial Rural de la Consellería ha organizado 2 jornadas de formación e información dirigidas al personal técnico y administrativo de los GAL. Las jornadas se han realizado de forma telemática y en ellas han participado gerentes, técnicos, administrativos y presidentes y diversos miembros de las juntas directivas de los grupos.

✦ **Medida 8 Publicaciones editadas en soporte papel o electrónico.** En concreto, se han llevado a cabo en el ámbito de las siguientes medidas del PDR

- ✦ **Medida 1.** El órgano gestor de la medida ha realizado la publicación de dos guías sobre la presentación y justificación de estas ayudas. Las guías fueron remitidas por correo electrónico a posibles beneficiarios y a quienes las solicitaron.
- ✦ **Medida 3.** El órgano gestor elabora, y actualiza si es necesario, en cada convocatoria dos guías explicativas sobre las operaciones de la medida que se han difundido mediante remisión por e-mail a todas las figuras de calidad implicadas.
- ✦ **Medida 4.** Se ha publicado una nota de prensa en la que se informaba de que en 2020 se destinó un millón de euros a las ayudas para la mejora y mantenimiento de las infraestructuras hidráulicas de las zonas húmedas. Además, se han realizado tres reportajes en la televisión autonómica valenciana y un artículo en la prensa local sobre la mejora las infraestructuras hidráulicas para mantener las especies protegidas. Se ha realizado un corto audiovisual de divulgación, "Acequias: las arterias vivas de los humedales", que se distribuyó por Twitter y Facebook. Y en la web de Consellería (www.agroambient.gva.es) hay un banner que enlaza con este vídeo en el que se destaca la aportación del FEADER.
- ✦ **Medida 8.** Respecto a la elaboración de publicaciones, en 2018 el ámbito de la operación 8.5.3 se realizaron cuatro informes técnicos elaborados que se encuentran disponibles en la web institucional de la Consellería de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica. Además, se publicaron dos artículos en el portal de revistas electrónicas de la Universidad Autónoma de Madrid en los que se hacía mención explícita al soporte financiero del FEADER en lo relativo a actuaciones de producción de flora silvestre. También se mantuvieron dos banners y un informe explicativo sobre los objetivos de la operación 8.5.3 (Informe sobre objetivos y ejecución del FEADER, operación 8.5.3) en la web institucional de la Consellería de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica.

Ya en 2020 en el ámbito de la operación 8.3.1. se elaboraron notas de prensa donde la Consellería anunciaba que iba reforzar los trabajos de prevención de incendios forestales ante el inicio del verano del 2020. En septiembre se publicaron artículos para informar y analizar los incendios forestales. También para la medida 8.3.3. se publicaron notas de prensa. Por parte de la operación

8.5.3. conservación y desarrollo de la Red Natura 2000 se han publicado en 2020 publicaciones técnicas sobre actuaciones de producción de flora, así como tres artículos científicos.

- ✦ **Medida 9. Información a través de cualquier tipo de soporte.** Respecto a la información difundida a través de cualquier tipo de soporte, en el marco de la medida 1 se dispone del siguiente recurso online: [Formación - Generalitat Valenciana \(gva.es\)](http://Formación - Generalitat Valenciana (gva.es)).

Además, como se ha comentado, también se usan como soporte informativo las cuentas de Twitter de la Consellería (@GVAagroambient) y de Facebook.

Durante el año 2020 se han realizado tres reportajes en la televisión autonómica valenciana sobre la mejora de las infraestructuras hidráulicas para mantener las especies protegidas. Además, en la web de Consellería (www.agroambient.gva.es) hay un banner que enlaza con el corto audiovisual “Acequias: las arterias vivas de los humedales”, en el que se destaca la aportación del FEADER.

En el marco de la medida 8, en la operación 8.3.1 se informa que en 2018 se instalaron 29 carteles informativos de obra. Con relación a la operación 8.5.3 los servicios gestores señalaron que se utilizaron elementos de publicidad del tipo pancarta informativa que se colocó en la zona de introducción de las especies. En 2020 como publicidad institucional se han mantenido los dos banners en la web ([este enlace web](#) y [este otro enlace](#)). (Imagen 3):

IMAGEN 3. BANNERS FEADER. MEDIDA 8



Fuente. IAE 2020

También se ofrece en esta web un informe divulgativo sobre los objetivos de la operación y su grado de ejecución en [este enlace](#).

En 2020 se le ha dado difusión a las acciones de LEADER a través de medios de comunicación como notas de prensa y artículos, entrevistas en radio y televisión, cuñas publicitarias, reportajes, spots publicitarios, campañas de publicidad, etc. En cuanto al material impreso, se ha realizado reparto de carteles y folletos, y se han instalado rollups y pancartas informativas de las ayudas LEADER y de los GAL en las sedes de estos (Imagen 4).

IMAGEN 4. CARTEL CONVOCATORIA AYUDAS LEADER 2020

CONVOCATORIA ABIERTA HASTA
29 JUNIO 2020
AYUDAS LEADER
3ª Convocatoria- DOGV 8797
24.04.2020

1. AYUDAS A EMPRESAS NO AGRÍCOLAS

2. AYUDAS A EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

3. AYUDAS A LA MEJORA DE SERVICIOS BÁSICOS Y RENOVACIÓN DE POBLACIONES RURALES

QUIERES EMPRENDER? - PREGÚNTANOS, TE AYUDAMOS

Turia Calderona
637 25 79 21
info@turia-calderona.es
www.turia-calderona.es

LEADER
Unión Europea
Gobierno de Aragón

Fuente: IAE 2020

2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este capítulo recoge las conclusiones derivadas del análisis que se presenta en este segundo informe de seguimiento de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR de la Comunitat Valenciana, a la vez que propone recomendaciones con el objetivo de avanzar en la superación de las debilidades detectadas.

Las principales conclusiones que destacar son las siguientes:

- ✦ **Conclusión 1:** 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 asociar a su vez a los indicadores de seguimiento establecidos para la Estrategia de Información y Publicidad.
- ✦ **Conclusión 2:** La medida “Creación de una página web específica” no se relaciona de forma directa con ningún indicador de realización, aunque se ha asociado provisionalmente al indicador “Número de publicaciones realizadas”.
- ✦ **Conclusión 3:** No existe un indicador que pueda asociarse a la actuación “Mención expresa de la administración financiadora”. Es preciso tener en cuenta en este sentido, que la mención a la contribución comunitaria en las comunicaciones se trata de una obligación reglamentaria, al margen de considerarse como actuación concreta.
- ✦ **Conclusión 4:** Entre las herramientas más utilizadas para la aplicación de las medidas previstas se encuentran las publicaciones, seguidas, aunque a distancia por la tecnología de información y comunicación (vídeos audiovisuales, reportajes en tv, etc.). 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 5:** En cuanto a la ejecución de las medidas previstas se han puesto en marcha todas las actuaciones previstas en la estrategia, habiéndose realizado avances importantes hasta el momento.
- ✦ **Conclusión 6:** El PDR se ha mantenido publicado siempre en su última versión aprobada a disposición del público en general en la web ([acceder aquí](#)), al igual que las órdenes de ayudas puestas en marcha y los criterios de selección que condicionan el acceso a las medidas.
- ✦ **Conclusión 7:** Para el asesoramiento continuo a los beneficiarios de ayudas, se han puesto en marcha herramientas como la elaboración guías para algunas medidas del PDR. En este sentido, se considera oportuno en la web de la Agencia, desde el apartado “quién gestiona”, redirigir al espacio que cada servicio gestor tiene en la web de la Consellería donde pone a disposición de los beneficiarios documentación actualizada.
- ✦ **Conclusión 8:** Se están elaborando fichas de buenas prácticas relacionadas con el desarrollo del PDR. Para darle difusión a estas acciones de éxito apoyadas por el FEADER en la Comunitat Valenciana y contribuir a un mejor conocimiento de la ciudadanía de los logros del PDR, se publicará un dossier informativo en la web de la AVFGA.

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 la Comunitat Valenciana 2014- 2022, se desprenden las siguientes recomendaciones:

- ✦ **Recomendación 1.** Sería conveniente cuantificar los indicadores de seguimiento establecidos en la Estrategia de Información y Publicidad al cierre del Programa que permita analizar el avance del PDR en esta materia. Además, de cara a futuras modificaciones de Estrategias y elaboración de éstas, sería adecuado establecer valores objetivo para cada uno de los indicadores que permita valorar el grado de consecución de los objetivos y así medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas con el fin de comprobar si la aplicación de la Estrategia ha logrado aumentar la visibilidad del PDR.
- ✦ **Recomendación 2.** Se identifica una carencia en la página web de la Agencia de secciones donde se pueda acceder a mayor documentación como: modificaciones del PDR, herramientas elaboradas como guías y buenas prácticas, que contribuyan en mayor medida a mejorar la visibilidad del Programa y a identificar casos de éxito por potenciales beneficiarios.

RegioPlus
Consulting 

www.regioplus.eu