

Informe de evaluación
de la Estrategia de
Información y Publicidad
del PDR.cat2022

Servei d'avaluació continua
del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2014-2022 (PDR 2014-2022) **d'acord amb la normativa europea**

Noviembre 2022

Índice de Contenidos

1	INTRODUCCIÓN	1
2	CARACTERÍSTICAS DE LA EVALUACIÓN	2
2.1	Objetivos	2
2.2	Metodología.....	2
3	ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA	4
3.1	Grado de cumplimiento de las recomendaciones de la evaluación 2007-2013	4
3.2	Análisis de lógica de programación de la Estrategia.....	7
4	ANÁLISIS DE LAS MEDIDAS DE COMUNICACIÓN	12
4.1	Avance en la ejecución de las medidas.....	12
4.2	Consecución objetivos.....	18
5	ANÁLISIS DE IMPACTO	20
6	ADECUACIÓN DE LOS RECURSOS	21
7	VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS	24
8	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	32
9	ANEXO. Resultados Mesa de trabajo	35

1 INTRODUCCIÓN

Este documento aborda una Evaluación intermedia de la Estrategia de Información y Publicidad del Programa de Desarrollo Rural (PDR) de Catalunya 2014-2022, desarrollada por el equipo evaluador y asistencia técnica de **Regio Plus Consulting, S.L.U.**

El artículo 54 del Reglamento (UE) N° 1303/2013 establece que se llevarán a cabo evaluaciones para mejorar la calidad de la concepción y la ejecución de los programas, así como para valorar su eficacia, eficiencia e impacto. Por su parte, el artículo 115 del Reglamento (UE) n° 1303/2013 establece la necesidad de destacar el papel desempeñado por la UE, garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los fondos, transmitir los logros de la Política de Cohesión e informar a las personas beneficiarias potenciales sobre las oportunidades de financiación. El Anexo XII de dicho Reglamento prevé también la obligación de evaluar los resultados de las medidas de información y comunicación en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas, así como del papel desempeñado por la UE.

Más allá de los informes de seguimiento de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR de Catalunya 2014-2022 que se han desarrollado en las anualidades 2019, 2020, 2021 y 2022, en esta anualidad 2022 y, posteriormente, en 2025 se ha convenido la realización de una Evaluación de la Estrategia.

2 CARACTERÍSTICAS DE LA EVALUACIÓN

2.1 Objetivos

Esta evaluación tiene la finalidad de aportar en base a la Estrategia de Información y Publicidad (versión 3.0, abril 2022) una **valoración de la pertinencia, la coherencia interna, la eficacia, el impacto y la adecuación de recursos** obtenidos hasta la fecha.

El resultado del trabajo da respuesta a las siguientes preguntas de evaluación:

- ✦ ¿Qué nivel de pertinencia, eficacia e impacto tienen las medidas de comunicación emprendidas en cuanto a los resultados y efectos conseguidos?
- ✦ ¿Existe coherencia en la lógica de intervención de la Estrategia de Información y Publicidad?
- ✦ ¿Cuál es el grado de consecución de los objetivos de la Estrategia de Información y Publicidad?
- ✦ ¿Se ajustan los recursos destinados al desarrollo programado de la Estrategia de Información y Publicidad?

2.2 Metodología

La metodología empleada para el desarrollo de la evaluación integra el enfoque participativo de agentes implicados en la ejecución de la Estrategia de Información y Publicidad con un análisis documental. Además, se combina el análisis cuantitativo con el cualitativo que posibilita satisfacer las necesidades del trabajo respondiendo con garantías a las preguntas de evaluación.

A continuación, se plasman las fases que se han seguido en la evaluación:

✦ Fase I. Análisis documental

Se analiza información de carácter secundario que permite contrastar el resultado con la información primaria. Esta información es la que se presenta a continuación:

- ✦ Estrategia de Información y Publicidad del PDR.cat2022.
- ✦ Información de seguimiento: sistema de indicadores de ejecución y resultado.
- ✦ Informes de ejecución anuales.
- ✦ Fichas de buenas prácticas presentadas anualmente en los informes de evaluación continua del PDRcat.2022. Se presta especial atención a este análisis por el potencial de difusión y comunicación de las acciones del PDR. Se analiza qué medidas han sido destacadas y en qué territorios.

✦ Fase II. Trabajo de campo

El trabajo de campo permite recopilar información específica que genera un conocimiento detallado del logro de la Estrategia de Información y Publicidad del PDRcat.2022.

Para esta fase se ha celebrado el 30 de septiembre una **Mesa de trabajo** coordinada por el equipo evaluador y a la que asistieron telemáticamente los responsables de la ejecución de la Estrategia de Información y Publicidad del Departamento de Acción climática, Alimentación y Agenda Rural (DACC, en adelante). Estas personas fueron las siguientes:

- ✦ Josep Maria Martí. Jefe de Servicio del Servicio de Programación y Dinamización Rural, del DACC.
- ✦ Olga Cardona. Jefa de Sección de Programación Rural, del Servicio de Programación y Dinamización Rural, del DACC.
- ✦ Ma. Josep de Ribot. Jefa del Servicio de Innovación Tecnológica del DACC
- ✦ Immaculada Malet Prat. Responsable de comunicación y difusión tecnológica, del Servicio de Innovación Tecnológica del DACC. Entre otras funciones, es la persona responsable de RuralCat.
- ✦ Carles Folch. Responsable de comunicación del DACC.
- ✦ Xavier Leal de Ibarra Ribó. Responsable del web del DACC.

3 ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Para el análisis de la programación se ha evaluado la pertinencia de la programación de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR.cat 2022 y la lógica de intervención seguida en el proceso de programación en la que se establecen objetivos a alcanzar a través de medidas concretas que pretenden tener un impacto en un público objetivo.

3.1 Grado de cumplimiento de las recomendaciones de la evaluación 2007-2013

En este apartado se muestra la pertinencia de la programación de la Estrategia de Información y Publicidad. Para ello se reflejan las recomendaciones derivadas de la evaluación de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR 2007-2013 de Cataluña en relación al diseño y a la ejecución, así como el grado en el que estas han sido atendidas en la Estrategia de Información y Publicidad del presente periodo de programación 2014-2022.

✦ **Recomendación 1.** Prever un nivel de difusión elevado en la primera fase del próximo periodo de implementación, dirigido a los beneficiarios potenciales, garantizando que la información llega también a las entidades colaboradoras en la tramitación de las ayudas, y que se difunde de forma adecuada. Para este último aspecto, puede ser de utilidad realizar un seguimiento de la calidad del trabajo de las entidades de asesoramiento (sobre el nivel de satisfacción del beneficiario sobre la claridad de la información...).

✦ Se han propuesto medidas dirigidas a las personas beneficiarias potenciales en tres medidas: la medida 10 Difusión del PDR.cat2022 en el portal RuralCat se puso en marcha ya en 2016; la medida 11 Elaboración y publicación de material divulgativo sobre el PDR.cat2022 se puso ya en marcha en 2015; y la medida 12 Difusión de la publicación de las bases reguladoras y convocatorias de ayuda del PDR.cat2022, puesta en marcha en 2016. En cuanto al nivel de satisfacción del beneficiario por el trabajo de las entidades de asesoramiento, no se ha hecho ningún seguimiento.

✦ **Recomendación 2.** Introducir en las medidas del próximo plan de comunicación dirigidas a beneficiarios potenciales, las acciones específicas de información y difusión que realizan habitualmente los servicios gestores de las ayudas, para darles visibilidad y apoyar la continuidad de las acciones más eficaces de cada medida. Es también recomendable potenciar la difusión a través de las redes sociales.

✦ A través de la medida 10 Difusión del PDR.cat2022 en el portal RuralCat se le ha dado impulso a la información del PDR a través de redes sociales; Facebook, Twitter e Instagram. Sí se recoge las acciones que realizan servicios gestores, como, por ejemplo, el Servicio de Innovación Tecnológica, que impulsa la Red de Innovación Agroalimentaria y Rural (Xarxa-i.CAT) como espacio de divulgación de resultados de proyectos de Grupos Operativos y proyectos demostrativos.

- ✦ **Recomendación 3.** Establecer una medida que recoja las acciones de participación dirigidas a los distintos grupos objetivo.
 - ✦ Se han diseñado medidas para cada grupo objetivo.
- ✦ **Recomendación 4.** Introducir una medida que contemple la elaboración de una estrategia de comunicación específica para las ayudas Leader y su metodología.
 - ✦ Aunque no se ha diseñado una estrategia específica para la comunicación por parte de los GAL, la Estrategia del PDR.cat2022 sí contempla a través de la medida 9 un trabajo con los GAL para que sepan cómo identificar la sede de sus GAL con una placa. También se puso en marcha la medida 6 Plataforma de trabajo de los grupos LEADER creada para dar difusión y comunicación con agentes externos y el entorno privado y donde se presentan las dinámicas de relación entre los GAL.
- ✦ **Recomendación 5.** Diferenciar dentro de los grupos objetivos de beneficiarios potenciales, acciones conjuntas de información de medidas dirigidas a los grupos prioritarios, principalmente mujeres y jóvenes, que fomenten la presentación de solicitudes a las convocatorias.
 - ✦ El servicio gestor de Innovación Tecnológica gestiona el portal El Planter (dentro de la web Rural.cat) donde se facilita información de interés para jóvenes que quieran iniciarse en el mundo rural mediante las ayudas del PDR, como información sobre las convocatorias abiertas. En relación con las mujeres como beneficiarias potenciales de ayudas, no existe una acción de comunicación determinada dirigida para el fomento de la presentación de solicitudes.
- ✦ **Recomendación 6.** Potenciar el papel difusor de las entidades colaboradoras y las organizaciones profesionales sobre las ayudas sobre el territorio (a través de convenios, de ayudas específicas, de sus actividades formativas ...).
 - ✦ La Estrategia no contempla acciones orientadas al trabajo directo con entidades colaboradoras u organizaciones profesionales como difusoras de información.
- ✦ **Recomendación 7.** Consolidar las actividades formativas dirigidas a los gestores, intensificándolas especialmente en la fase de transición e inicial del PDR 2014-2020 con objeto de actualizar sus conocimientos sobre la nueva normativa y las exigencias del nuevo programa. Es recomendable introducir en esta formación, una visión conjunta de la comunicación del programa, sus objetivos y acciones. Asimismo, contemplar, dentro de la comunicación con los gestores, el aportar información de seguimiento sobre sus actividades de comunicación.
 - ✦ A través de la medida 4 *Elaboración, envío y publicación de notas de prensa del PDR.cat2022* se contempla que la Autoridad de gestión establece criterios de publicación de estas notas. La medida 14 *Elaboración de documentación y materiales de gestión para las unidades gestoras y los GAL* contempla que a través de la intranet del DACC las unidades gestoras puedan acceder a contenidos actualizados sobre normativa, directrices, guías, manuales y procedimientos. En este sentido, el DACC elaboró una *Guía per al compliment de la informació i la publicitat en el marc del Programa de desenvolupament rural 2014-2022* (v3.0 de julio 2021) cuyo objetivo principal es proporcionar, a las unidades responsables de la gestión y a los órganos beneficiarios del fondo FEADER un resumen práctico de las

obligaciones que hace falta que cumplan en materia de información y publicidad en este tipo de intervenciones, tanto si se derivan de la normativa de la Unión Europea como de la Estrategia de información y publicidad del Programa de desarrollo rural de Cataluña 2014-2022 que incluye su Plan de comunicación.

Por su parte, la Autoridad de gestión se pone a disposición de las unidades gestoras para asesorarles y apoyarles en el desarrollo de sus funciones, como queda reflejado en la medida 15 *Apoyo y asesoramiento a las unidades gestoras y GAL*.

- ✦ **Recomendación 8.** En relación a la INTRANET y los gestores del PDR, abordar las tareas previstas para conseguir una mayor sensibilización e integración de los gestores en las tareas de cumplimiento del PDR: mayor uso de la INTRANET utilizándola para el seguimiento trimestral de las ejecuciones financieras y de los indicadores, y ampliación del contenido de la Intranet-PDR con información de las comunicaciones entre AG y la Comisión.
 - ✦ La medida 14 contempla entre sus objetivos el fomento del uso de la Intranet, pero no se recoge ningún indicador sobre el incremento de su uso más allá del nº de documentos publicados que cuenta con un 100% de ejecución en el caso del DACC y un 96,92% en el caso de la Plataforma de Desarrollo Rural.
- ✦ **Recomendación 9.** Retomar los trabajos para dar difusión específica en la web del DARP de proyectos de buenas prácticas, que no han sido posible finalizar en el presente programa.
 - ✦ Se ha incorporado un apartado en la web del DACC donde se publican proyectos emblemáticos de buenas prácticas, como contempla la medida 2 Difusión de los proyectos emblemáticos del PDR.cat2022. La difusión de los proyectos se hace a través de notas informativas en la web del DACC, RuralCat y ARCA, de las noticias de las actividades de los grupos Leader y de los apuntes en las redes sociales.
- ✦ **Recomendación 10.** Recoger, dentro de los indicadores de resultado, los impactos sobre medios de comunicación regionales, como prensa y televisión, considerando el número de noticias o reportajes que hacen referencia al programa.
 - ✦ No se han contemplado indicadores de resultado con el impacto de la difusión sobre los medios de comunicación.
- ✦ **Recomendación 11.** Valorar la implementación de instrumentos específicos para la recogida de información (cuestionarios de percepción) sobre el nivel de conocimiento del programa de los beneficiarios potenciales y de la población catalana en general. Podría aprovecharse marcos más amplios de valoración de la PAC en su conjunto o de la percepción del mundo rural.
 - ✦ No se ha llevado a cabo esta recogida de información.
- ✦ **Recomendación 12.** Establecer un seguimiento del plan de comunicación que permita recopilar información suficiente para el cálculo de todos los indicadores, incluidos los de resultado.
 - ✦ Se ha establecido un sistema de seguimiento de indicadores de ejecución y resultado para todas las medidas que contempla la Estrategia de Información y Publicidad del PDR.cat 2022.
- ✦ **Recomendación 13.** Abordar los puntos de mejora identificados en la comunicación con los beneficiarios, principalmente en relación a una redacción suficientemente clara de las

resoluciones de ayuda, en las que se remarque las obligaciones de los beneficiarios, y a la elaboración de fichas interpretativas de apoyo. Los mensajes y el lenguaje de comunicación deberían ser claros y diseñados desde la perspectiva de los grupos objetivos a los que se dirige. Las acciones específicas se han detallado en los apartados anteriores.

✦ No se ha abordado esta cuestión dirigida a beneficiarios.

Como puede observarse el 46,15% de las recomendaciones han sido completamente atendidas, el 23,08% lo han hecho parcialmente y el 30,77% no lo han sido. Estas últimas que no han sido abordadas están orientadas a aspectos como consultas de satisfacción a población beneficiaria, cuestionarios de percepción sobre nivel de conocimiento del PDR a la ciudadanía potencialmente beneficiaria y la que no lo es, el trabajo con entidades colaboradoras que apoyen la difusión de información o indicadores de impacto sobre la difusión en medios de comunicación.

El equipo evaluador valora positivamente la pertinencia de la Estrategia, por haber tenido en cuenta en la fase de programación lecciones aprendidas del pasado periodo y, especialmente, por el proceso de mejora continua que ha supuesto en este periodo la elaboración y sucesivas modificaciones de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR.

También se ha querido analizar la pertinencia de la programación en relación con las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación. En este sentido, se comprueba que la Estrategia ha seguido los reglamentos comunitarios. Por una parte, el Reglamento (UE) nº 1305/2013, relativo a FEADER, establece en el artículo 66.1 que la Autoridad de gestión deberá dar publicidad al programa informando de las posibilidades que ofrece y de las normas para acceder a su financiación, así como del papel que desempeña la Unión Europea en el mismo. Esto se ha abordado a través de las medidas contenidas en la Estrategia de Información y Publicidad.

Por otro lado, el Reglamento (UE) nº 2020/2220 que establece disposiciones transitorias relativas, entre otras, a la ayuda a través del FEADER, y prevé que los estados miembros puedan seguir contrayendo compromisos jurídicos con personas beneficiarias los años 2021 y 2022, en base al Reglamento (UE) nº 1305/2013 y prevé y regula la aportación de recursos adicionales para los años 2021 y 2022. Esta cuestión ha sido abordada en la Estrategia de Información y Publicidad v3.0 (abril 2022) en tanto en cuanto se ha ampliado el periodo de ejecución de las medidas y modificado el valor objetivo de aquellos indicadores que se ha considerado pertinente.

3.2 Análisis de lógica de programación de la Estrategia

Con este análisis se persigue examinar el grado de coherencia entre los objetivos de la Estrategia de Información y Publicidad y las medidas puestas en marcha en cuanto a si responden adecuadamente a estos objetivos, es decir, si las acciones emprendidas contribuyen al cumplimiento de dichos objetivos.

Los **objetivos estratégicos** que establece la Estrategia son los siguientes:

- ✦ **Objetivo estratégico 1:** Difundir toda la información del Programa de Desarrollo Rural 2014-2022 de Catalunya.
- ✦ **Objetivo estratégico 2:** Facilitar la participación, en la medida de lo posible, en la realización de las actuaciones del Programa a todas las personas beneficiarias.

Los **objetivos operativos** son:

- ✦ **Objetivo operativo 1:** Aumentar la participación de las partes interesadas en la aplicación de la política de desarrollo rural. (Asociada a la participación).
- ✦ **Objetivo operativo 2:** Mejorar la calidad de la aplicación de los programas de desarrollo rural. (Asociada a la transparencia).
- ✦ **Objetivo operativo 3:** Informar al público en general y a las personas beneficiarias potenciales sobre la política de desarrollo rural y las posibilidades de financiación. (Asociada a la visibilidad).
- ✦ **Objetivo operativo 4:** Potenciar la innovación en el sector agrícola, la producción alimentaria, la silvicultura y las zonas rurales.

En el ESQUEMA 1 se puede observar como todas las medidas que recoge la Estrategia dan respuesta a alguno de los cuatro objetivos operativos. Además, las medidas están agrupadas en siete acciones. En la Tabla 1 se muestra la asociación entre las diecinueve medidas de comunicación y el grupo destinatario al que va dirigido, siendo estos el público general, personas beneficiarias potenciales, personas beneficiarias, unidades gestoras y Grupos de Acción Local, otros grupos de interés y otras actuaciones.

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

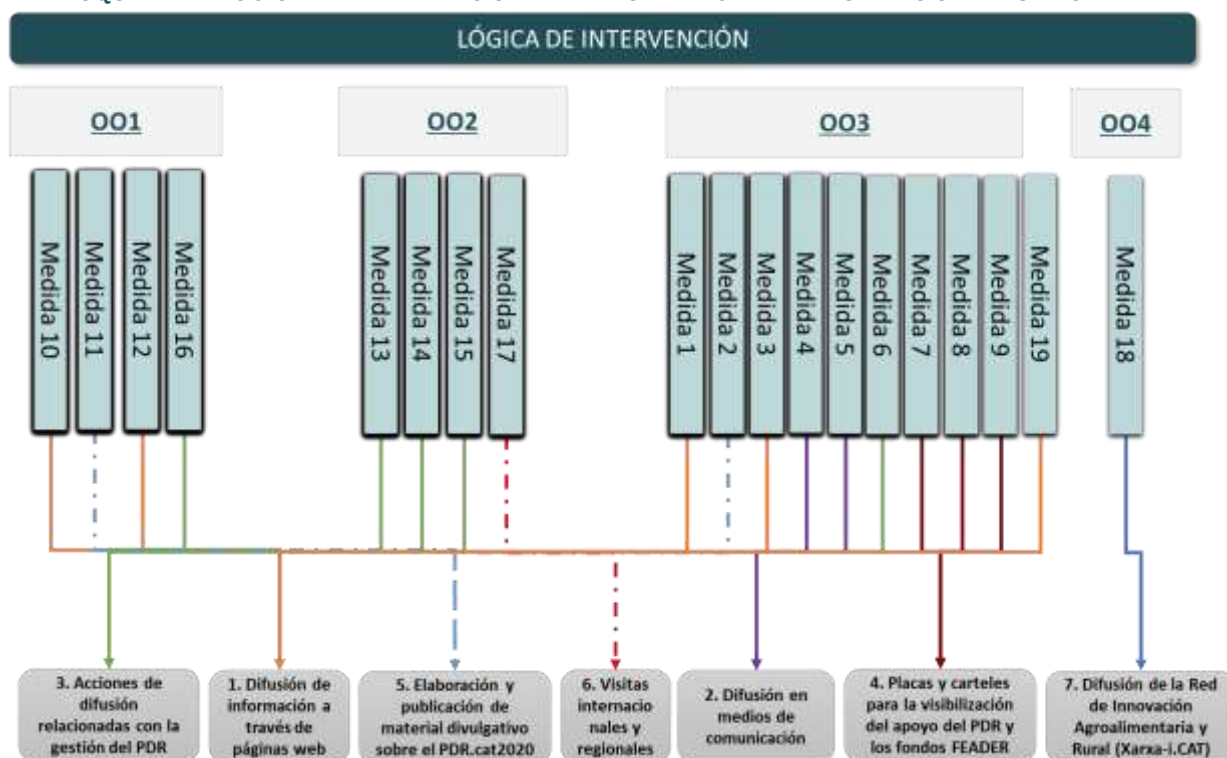


TABLA 1. ASOCIACIÓN DE MEDIDAS Y PÚBLICO OBJETIVO

Medidas de comunicación	Grupos destinatarios
1. Difusión del PDR.cat2022 a través de la web del DACC.	Público general
2. Difusión de los proyectos emblemáticos del PDR.cat2022.	
3. Información de la implementación del PDR.cat2022.	
4. Elaboración, envío y publicación de notas de prensa del PDR.cat2022.	
5. Actos de difusión de proyectos.	
6. Plataforma de trabajo de los grupos LEADER.	
7. Colocación de paneles y placas explicativas de los proyectos.	
8. Instalación de carteles o placas temporales en las actuaciones en infraestructuras o construcciones.	
9. Identificación de la sede de los grupos de acción local con una placa.	
10. Difusión del PDR.cat2022 en el portal RuralCat.	
11. Elaboración y publicación de material divulgativo sobre el PDR.cat2022.	Personas beneficiarias potenciales
12. Difusión de la publicación de las bases reguladoras y convocatorias de ayuda del PDR.cat2022.	Personas beneficiarias
13. Difusión de documentación y materiales de gestión del PDR.cat2022.	Unidades gestoras y GAL
14. Elaboración de documentación y materiales de gestión para las unidades gestoras y los grupos de acción local.	
15. Apoyo y asesoramiento a las unidades gestoras y los grupos de acción local.	
16. Organización de jornadas formativas.	
17. Recepción o realización de visitas internacionales y regionales dirigidas a gestores de otras administraciones.	Otros grupos de interés
18. Red de Innovación Agroalimentaria y Rural (Xarxa-i.CAT).	Otras actuaciones
19. Actualización de las informaciones del web #FonsUEcat, del MAPA, de la Red Rural Nacional y de la Red Europea de Desarrollo Rural relativas al PDR.cat2022.	

De lo expuesto, el equipo evaluador comprueba que sí existe una lógica de programación en la Estrategia. Los objetivos generales se ramifican en cuatro objetivos específicos. A estos dan respuesta las 19 medidas en las que se compone la Estrategia, que a su vez son clasificadas en siete tipos de acciones, y que tienen un efecto en los destinatarios últimos de la Estrategia. Con todo el equipo evaluador califica como positiva la Estrategia de Información y Publicidad por su consistencia y validez para la consecución de los objetivos establecidos.

A continuación, en la Tabla 2 se plasma la valoración de los componentes de la Mesa de trabajo desarrollada en el marco de esta evaluación en torno a la adecuación de los indicadores de ejecución y resultado asociados a cada una de las medidas de comunicación (revisar Tabla 3 para más detalle).

TABLA 2. VALORACIÓN DE ADECUACIÓN DE LOS INDICADORES

Medida de comunicación	Grado de adecuación de los indicadores (0-5)
1. Difusión del PDR.cat2022 a través de la web del DACC.	3,40
2. Difusión de los proyectos del PDR.cat2022 de buenas prácticas.	3,80
3. Información de la implementación del PDR.cat2022.	3,80
4. Elaboración, envío y publicación de notas de prensa.	4,00
5. Actos de difusión de proyectos.	4,00
6. Plataforma en internet sobre Desarrollo Rural de los grupos LEADER.	4,30
7. Colocación de paneles y placas explicativas de los proyectos en el lugar de realización.	4,60
8. Instalación placas o carteles temporales en las obras de infraestructura o construcción.	4,40
9. Identificación de placas explicativas en las sedes de los GAL financiados.	4,70
10. Utilización del portal RuralCat para la difusión de las actuaciones del PDR.cat2022.	4,60
11. Elaboración y publicación de material divulgativo sobre el PDR.cat2022.	3,80
12. Difusión de las bases reguladoras y convocatorias de ayuda del PDR.cat2022.	4,20
13. Difusión de documentación y materiales de gestión del PDR.cat2022.	4,20
14. Documentación y materiales para los gestores y los GAL.	4,00
15. Apoyo y asesoramiento continuo a las unidades gestoras y a los GAL.	4,50
16. Organización de jornadas formativas.	4,30
17. Recepción o realización de visitas internacionales y regionales dirigidas a gestores de administraciones.	4,00
18. Red de Innovación Agroalimentaria y Rural (Xarxa-i.CAT).	4,60
19. Actualización de las informaciones de la web #FonsUEcat, del MAPA, de la Red Rural Nacional y de la Red Europea de Desarrollo Rural relativas al PDR de Catalunya.	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la mesa de trabajo.

En general, los responsables de la implementación de la Estrategia en el DACC puntúan como positiva (4,18 de 5) la **adecuación de los indicadores** establecidos en la fase de programación para la medición de los avances de las medidas que componen la Estrategia.

En relación con los indicadores asociados a la medida 10, se ha destacado cómo en los últimos años, especialmente desde el inicio de la pandemia del Covid-19, se ha incrementado en gran medida el número de usuarios que siguen las cuentas de Facebook, Twitter e Instagram del portal RuralCat. Se indica que el objetivo fijado en la Estrategia para 2025 serán altamente rebasados, puesto que los porcentajes de ejecución en diciembre de 2021 ya son elevados, atendiendo especialmente al nº de seguidores en Twitter (100,23%).

Se detecta la ausencia del registro del número de visitas del portal El Planter y al apartado de las noticias, convocatorias y resoluciones de ayudas publicadas en RuralCat, puesto que esto no se contabiliza, tan solo se hace con el número de usuarios registrados (indicadores de resultado asociados a la medida 10).

En cuanto a la medida 11 Elaboración y publicación de material divulgativo sobre el PDR y la medida 12 Difusión de las bases reguladoras y convocatorias de ayuda del PDR, se ha destacado que, a pesar del avance en la ejecución, existe un gran margen de mejora en este sentido. El PDR y todo el impacto que genera en el medio rural no queda recogido en las acciones de comunicación que hasta la fecha se han podido hacer, considerándose que falta difusión y divulgación de resultados.

4 ANÁLISIS DE LAS MEDIDAS DE COMUNICACIÓN

En este apartado se analiza la eficacia de la Estrategia de Información y Publicidad en tanto en cuanto se analiza el grado de ejecución de las medidas que la componen, a través del avance de los indicadores de ejecución y resultado, y el de los objetivos establecidos en la fase de programación.

4.1 Avance en la ejecución de las medidas

La Estrategia plantea un conjunto de 19 medidas de comunicación para las que tiene asociadas indicadores de seguimiento que permite analizar el alcance de las medidas. En la Tabla 3 se observan las medidas y los indicadores tanto de ejecución como de resultado asociados.

En este apartado se evalúa el grado y el alcance de las tareas de comunicación en el marco del PDR realizadas durante el periodo de programación 2014-2022, con datos de ejecución hasta el 31 de diciembre de 2021.

En el caso del PDR de Catalunya la Estrategia plantea un seguimiento anual a través de 19 medidas de acción o indicadores de seguimiento, que se clasifican en indicadores de ejecución y de resultado.

Todas las medidas expuestas en la Tabla 3 se encuentran funcionando a fecha 31 de diciembre de 2021. La mayor parte iniciaron su ejecución en 2015, a excepción de seis que lo hicieron en 2016 y que son:

- ✦ Medida 1. Difusión del PDR.cat2022 en la web del DACC.
- ✦ Medida 7. Colocación de paneles y placas explicativas de los proyectos.
- ✦ Medida 8. Instalación de carteles temporales o placas permanentes en las actuaciones en infraestructuras o construcciones.
- ✦ Medida 9. Identificación de la sede de los GAL con una placa.
- ✦ Medida 17. Recepción o realización de visitas internacionales y regionales.
- ✦ Medida 18. Red de Innovación Agroalimentaria y Rural (Xarxa-i.CAT).

Y por último, solo en dos casos, medida 6 Plataforma de trabajo de los grupos LEADER y medida 19 Actualización de las informaciones del web #fonsUEcat, MAPA, Red Rural Nacional y Red Europea de desarrollo rural arrancaron ya en 2017.

TABLA 3. MEDIDAS E INDICADORES ASOCIADOS DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD (V3.0)

TIPO DE ACCIÓN	MEDIDA	INDICADOR DE EJECUCIÓN	INDICADOR DE RESULTADOS
Difusión de información a través de páginas web	1. (1.1) Difusión del PDR.cat2022 a través de la web del DACC.	Nº de páginas web de difusión de contenido relacionado con el PDR.cat2022.	Nº de consultas del apartado web del PDR.cat2022.
	3 (1.3) Información de la implementación del PDR.cat2022.	-	Nº de solicitudes presentadas. Nº de visualizaciones del subapartado web del PDR.cat 2022 de convocatorias de ayudas.
	10 (2.1) Utilización del portal RuralCat para la difusión de las actuaciones del PDR.cat2022.	-	Nº de usuarios portal Ruralcat. Nº de seguidores Facebook portal Ruralcat. Nº de seguidores Twitter portal Ruralcat. Nº de seguidores Instagram portal Ruralcat.
	12 (2.3) Difusión de las bases reguladoras y convocatorias de ayuda del PDR.cat2022.	Nº de bases reguladoras y convocatorias publicadas.	-
	19 (6.1) Actualización de las informaciones de la web #FonsUEcat, del MAPA, de la Red Rural Nacional y de la Red Europea de Desarrollo Rural relativas al PDR de Catalunya.	-	-
Difusión en medios de comunicación	4 (1.4) Elaboración, envío y publicación de notas de prensa.	Nº de notas de prensa publicadas.	-
	5 (1.5) Actos de difusión de proyectos.	Nº de comunicados sobre las actividades de los grupos Leader difundidos en el apartado web del PDR.cat2022.	-

TIPO DE ACCIÓN	MEDIDA	INDICADOR DE EJECUCIÓN	INDICADOR DE RESULTADOS
Acciones de difusión relacionadas con la gestión del PDR	6 (1.6) Plataforma en internet sobre Desarrollo Rural de los grupos LEADER.	-	Nº de usuarios de la plataforma de trabajo de los grupos LEADER. Nº de páginas consultadas en la plataforma de grupos LEADER.
	13 (3.1) Difusión de documentación y materiales de gestión del PDR.cat2022.	Nº de documentos publicados en el apartado del PDR.cat2022 de la web del DACC.	Nº de consultas del apartado del Contrato global de explotación en la web del DACC.
	14 (4.1) Documentación y materiales para los gestores y los GAL.	Nº de documentos publicados en la intranet del DACC de documentos publicados en la intranet de la Plataforma de Desarrollo Rural.	-
	15 (4.2) Apoyo y asesoramiento continuo a las unidades gestoras y a los GAL.	Nº de comunicados de la Autoridad de gestión a las unidades gestoras. Nº de reuniones de coordinación entre la Autoridad de gestión y las unidades gestoras. Nº de reuniones de coordinación entre la Autoridad de gestión y los grupos de acción local.	-
	16 (4.3) Organización de jornadas formativas.	Nº de jornadas formativas a las unidades gestoras de las ayudas. Nº de jornadas formativas a los equipos técnicos de los grupos de acción local.	-
Placas y carteles para la visibilización del apoyo del PDR y los fondos FEADER	7 (1.7) Colocación de paneles y placas explicativas de los proyectos en el lugar de realización.	Nº de paneles y placas explicativos colocados.	-
	8 (1.8) Instalación placas o carteles temporales en las obras de infraestructura o construcción.	Nº de carteles temporales o placas permanentes instaladas.	-

TIPO DE ACCIÓN	MEDIDA	INDICADOR DE EJECUCIÓN	INDICADOR DE RESULTADOS
	9 (1.9) Identificación de placas explicativas en las sedes de los GAL financiados.	Nº de placas instaladas en la sede de los GAL.	-
Elaboración y publicación de material divulgativo sobre el PDR.cat2022	11 (2.2) Elaboración y publicación de material divulgativo sobre el PDR.cat2022.	Nº de publicaciones de material divulgativo sobre el PDR.cat2022. Nº de vídeos explicativos sobre los objetivos y ámbito del PDR.cat2022.	-
	2. (1.2) Difusión de los proyectos del PDR.cat2022 de buenas prácticas.	Nº de proyectos emblemáticos publicados.	Nº de visualizaciones del subapartado web del PDR.cat2022 de proyectos emblemáticos.
Visitas internacionales y regionales	17 (5.1) Recepción o realización de visitas internacionales y regionales dirigidas a gestores de administraciones.	Nº de visitas internacionales y regionales realizadas Países/ regiones de procedencia de las visitas recibidas o realizadas.	Nº de visitas internacionales y regionales recibidas.
Difusión de la Red de Innovación Agroalimentaria y Rural (Xarxa-i.CAT)	18 (5.2) Red de Innovación Agroalimentaria y Rural (Xarxa-i.CAT).	Nº de fichas informativas publicadas en la Xarxa-i.CAT Nº de noticias publicadas en la Xarxa-i.CAT.	Nº de visitas a la Xarxa-i.CAT.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Estrategia de Información y Publicidad.

En la Tabla 4 se muestra el avance de los indicadores de seguimiento, los de ejecución y resultado asociados a cada medida y que permiten valorar el grado de consecución de los objetivos de la Estrategia.

TABLA 4. NIVEL DE EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Medida	Indicador de ejecución	Objetivo	Ejecutado	% de Ejecución	Indicador de resultado	Objetivo	Ejecutado	% de Ejecución
1	Nº de páginas web de difusión de contenido relacionado con el PDR.cat2022	150	149	99,33%	Nº consultas mensuales del apartado web del PDR.cat2022	230.000	177.887	77,34%
2	Nº de proyectos emblemáticos publicados	50	39	78,00%	Nº de visualizaciones del subapartado web del PDR.cat2022 de proyectos emblemáticos	15.000	11.663	77,75%
3	-	-	-	-	Nº de solicitudes presentadas	190.000	161.042	84,76%
					Nº de visualizaciones del subapartado web del PDR.cat 2022 de convocatorias de ayudas	35.000	26.805	76,59%
4	Nº de notas de prensa publicadas	400	303	75,75%	-	-	-	-
5	Nº de comunicados sobre las actividades de los grupos Leader difundidos en el apartado web del PDR.cat2022	130	101	77,69%	-	-	-	-
6	-	-	-	-	Nº de usuarios de la plataforma de trabajo de los grupos Leader	21.000	21.204	100,97%
					Nº de páginas consultadas en la plataforma de trabajo de los grupos Leader	430.000	350.829	81,59%
7	Nº de paneles y placas explicativas colocadas	4.500	4.105	91,53%	-	-	-	-
8	Nº de carteles temporales o placas permanentes instaladas		14		-	-	-	-
9	Nº de placas instaladas en la sede de los GAL	11	11	100,00%	-	-	-	-
10	-	-	-	-	Nº de usuarios portal Ruralcat	61.500	61.510	100,02%
					Nº de seguidores Facebook portal Ruralcat	6.800	6.675	98,16%
					Nº de seguidores Twitter portal Ruralcat	14.600	14.633	100,23%
					Nº de seguidores Instagram portal Ruralcat	5.700	5.563	97,60%

Evaluación de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR.cat2022

Medida	Indicador de ejecución	Objetivo	Ejecutado	% de Ejecución	Indicador de resultado	Objetivo	Ejecutado	% de Ejecución
11	Nº de publicaciones de material divulgativo sobre el PDR.cat2022	20	18	100,00%	-	-	-	-
	Nº de vídeos explicativos sobre los objetivos y ámbito del PDR.cat2022		2		-	-	-	-
12	Nº de bases reguladoras y convocatorias publicadas	120	109	90,83%	-	-	-	-
13	Nº de documentos publicados en el apartado del PDR.cat2022 de la web del DACC	90	86	95,56%	Nº de consultas del apartado del Contrato global de explotación en la web del DACC	45.000	35.206	78,24%
14	Nº de documentos publicados en la intranet del DACC	5	5	100,00%	-	-	-	-
	Nº de documentos publicados en la intranet de la Plataforma de Desarrollo Rural	65	63	96,92%	-	-	-	-
15	Nº de comunicados de la Autoridad de gestión a las unidades gestoras	60	49	81,67%	-	-	-	-
	Nº de reuniones de coordinación entre la Autoridad de gestión y las unidades gestoras	200	175	87,50%	-	-	-	-
	Nº de reuniones de coordinación entre la Autoridad de gestión y los grupos de acción local	100	77	77,00%	-	-	-	-
16	Nº de jornadas de formativas a las unidades gestoras de las ayudas	240	219	91,25%	-	-	-	-
	Nº de jornadas formativas a los equipos técnicos de los grupos de acción local	100	67	67,00%	-	-	-	-
17	Nº de visitas internacionales y regionales realizadas	12	10	83,33%	Nº de visitas internacionales y regionales recibidas	15	12	80,00%
18	Nº de fichas informativas publicadas en la Xarxa.i-CAT	250	219	87,60%	Nº de visitas a la Xarxa.i.CAT	55.000	46.698	84,91%
	Nº de noticias publicadas en la Xarxa.i-CAT	600	480	80,00%				

Fuente: Elaboración propia a partir de los Informes de Ejecución Anual.

En líneas generales, los resultados recogidos por los indicadores tanto de ejecución como de resultado a fecha 31 de diciembre de 2021 pueden considerarse satisfactorios. Destacan algunas medidas por haber logrado el 100% de su ejecución, como la medida 9, relacionada con la identificación de placas explicativas en las sedes de los GAL financiados, la medida 11 a través de las publicaciones de material divulgativo sobre el PDR y el número de vídeos explicativos sobre los objetivos y el ámbito del Programa.

Existen indicadores que ya han logrado el 100%, como el N° de usuarios de la plataforma de trabajo de los grupos Leader (medida 6), el N° de seguidores Instagram portal RuralCat y N° de seguidores Twitter portal RuralCat (medida 10) y N° de documentos publicados en la intranet del DACC (medida 14). También destaca con el 99,33% de su ejecución el indicador N° de páginas web de difusión del contenido relacionado con el PDR.cat2022, relativo a la medida 1.

La medida 19 Actualización de las informaciones del web #FonsUEcat, del MAPA, de la Red Rural Nacional y de la Red Europea de Desarrollo Rural relativas al PDR.cat2022, dirigida a la ciudadanía en general, a pesar de estar en marcha desde 2017, no cuenta con ningún indicador asociado.

4.2 Consecución objetivos

En la Mesa de trabajo con los responsables del establecimiento de la Estrategia organizada para este trabajo de Evaluación, se preguntó a los asistentes que valorasen el grado de consecución de los objetivos operativos de la Estrategia en base a los siguientes niveles: elevado, normal, escaso y nulo.

- ✦ **Objetivo Operativo 1:** Aumentar la participación de las partes interesadas en la aplicación de la política de desarrollo rural.

Como resultado se valoró su alcance como normal en un 50% de los casos y escaso en otro 50%. Se ha incrementado la participación respecto al periodo anterior, pero aún queda potencial asociado al PDR.

- ✦ **Objetivo Operativo 2:** Mejorar la calidad de la aplicación de los programas de desarrollo rural.

Como resultado se valoró su alcance como normal en un 60% de los casos y elevado en un 40%. Destacan los Grupos operativos y los proyectos demostrativos como beneficiarios de ayudas que han contribuido a la aplicación del programa de desarrollo rural. Debido a las acciones de transferencia de resultados y difusión que llevan a cabo, se ha visto incrementada la demanda de estas ayudas del PDR. Además, la visualización de los resultados de proyectos e impactos de las medidas ha permitido mejorar la implementación de las medidas asociadas y, por ende, del propio PDR.

- ✦ **Objetivo Operativo 3:** Informar al público en general y a las personas beneficiarias potenciales sobre la política de desarrollo rural y las posibilidades de financiación. Asociada a la visibilidad.

Como resultado se valoró su alcance entre normal y elevado. La visibilidad se considera que ha incrementado con respecto al periodo anterior en gran medida, aunque aún se puede mejorar, como por ejemplo trabajar en una difusión más personalizada, llegando a los beneficiarios, a los beneficiarios potenciales y a la ciudadanía en general en función de las propias necesidades que tengan.

En este sentido, también destacan los Grupos de Acción Local por la labor de comunicación que han desarrollado. Se comenta que los recursos de comunicación y difusión de los Grupos y ARCA es mucho mayor que la del propio DACC.

- ✦ **Objetivo Operativo 4: Potenciar la innovación en el sector agrícola, la producción alimentaria, la silvicultura y las zonas rurales.**

Como resultado se valoró su alcance con una mayoría de votos como elevado. Esto se ha debido en mayor medida a las entidades participantes (aproximadamente, unas 600) en los Grupos Operativos que han desarrollado proyectos de carácter innovador en el sector agroalimentario y forestal y a los proyectos demostrativos financiados. Estas entidades han transmitido los resultados de los proyectos produciéndose una transferencia de la innovación al sector, multiplicando así el efecto de la misma. Esta labor directa por parte de las entidades (no desarrollada por el DACC) ha contribuido a potenciar la innovación de una forma más efectiva dentro del sector en la región.

En este sentido, ha habido una gran diferencia con respecto al periodo anterior, puesto que las acciones de innovación dentro del PDR han sido una novedad dentro del periodo 2014-2022. La Comisión Europea destaca la buena acogida de la ayuda a la innovación en el PDR.cat2022.

Además de las entidades beneficiarias, también desde el DACC se ha hecho una labor de difusión de resultados de los proyectos innovadores a través de la web RuralCat con dossieres técnicos con los resultados de cada convocatoria de proyectos, así como las apariciones en medios de comunicación (prensa, televisiones locales y regional, etc.).

En general, **se valora la consecución de los objetivos** operativos de la Estrategia de Información y Publicidad entre los **niveles elevado y normal**. Si bien, en el debate con los agentes que implementan la Estrategia han surgido varios elementos que han de destacarse por su gran potencial en la aplicación de medidas de comunicación del PDR:

- ✦ La creación de un **equipo de trabajo** dentro del DACC que sea asesorado por profesionales del sector de la comunicación. Este equipo tendría la función de coordinación entre todas las personas del Departamento implicadas en la implementación de la Estrategia.
- ✦ Diseño de un **Plan de comunicación** que, más allá de la Estrategia, establezca qué, cómo y dónde comunicar.
- ✦ Creación de un **equipo de trabajo a nivel estatal y europeo** para conocer cómo aplican sus propias estrategias de comunicación, qué hacen con las medidas, qué medios y recursos destinan o qué soluciones plantean ante problemáticas compartidas.

5 ANÁLISIS DE IMPACTO

Más allá de los resultados alcanzados por las medidas que componen la Estrategia también se ha querido analizar el impacto, o los efectos más allá de los inmediatos de la misma. Para ello se ha usado como método cualitativo el desarrollo de la Mesa de trabajo entre los agentes involucrados en la implementación del PDR en el DACC que se ha referido en apartados anteriores. Se ha de comentar que, al tratarse de una evaluación intermedia de la Estrategia, los impactos aún no se pueden evaluar y lo que aquí se plasma es una estimación.

En la Mesa de trabajo se preguntó a los asistentes que valorasen la percepción que tienen sobre el impacto de la Estrategia de Información y Publicidad en base a los siguientes niveles: elevado, normal, escaso y nulo.

Los indicadores valorados y los resultados fueron los siguientes:

- ✦ Grado de conocimiento de la Estrategia entre agentes involucrados en la gestión del PDR: como resultado se valoró como normal en un 80% de los casos y escaso en otro 20% de los mismos.
- ✦ Grado de conocimiento de la Estrategia entre personas beneficiarias del PDR: como resultado se valoró su alcance como escaso en un 100% de los casos.
- ✦ Grado de conocimiento del fondo FEADER y del PDR entre la ciudadanía: como resultado se valoró el grado de conocimiento como normal en un 60% de los casos y como escaso en un 40%.
- ✦ Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea entre la ciudadanía: como resultado se valoró el grado de conocimiento en un 60% de los casos como normal, un 20% como elevado y otro como 20% escaso.
- ✦ Tasa de satisfacción de logro de los objetivos de la Estrategia: como resultado se valoró la tasa de satisfacción como normal en un 100% de los casos.
- ✦ Tasa de utilidad de las medidas de la Estrategia: como resultado se valoró la tasa de utilidad como normal en un 60% de los casos y elevado en un 40%.

La valoración del impacto entre los agentes consultados producido por las medidas de comunicación puestas en marcha por el DACC ha sido positiva, aunque con margen de mejora especialmente en lo que respecta al indicador Grado de conocimiento de la Estrategia de Información y Publicidad entre personas beneficiarias del PDR. Como contrapartida, el indicador mejor situado es Tasa de satisfacción de logro de los objetivos de la Estrategia. En general, el 60% de las valoraciones se sitúan en un nivel como “normal”, un 30% “escaso” y un 10% “elevado”.

6 ADECUACIÓN DE LOS RECURSOS

En este apartado se valoran los recursos movilizados para lograr los objetivos que la Estrategia de Información y Publicidad que se estableció en la fase de programación.

La implementación de las medidas de la Estrategia de Información y Publicidad, así como las acciones asociadas a su seguimiento y evaluación vienen enmarcadas en el presupuesto de la Operación del PDR 20.01.01 Asistencia Técnica del Programa de Desarrollo Rural de Catalunya para el periodo 2014-2022. El presupuesto asociado a las tareas mencionadas de comunicación se calcula que es aproximadamente de 50.000 €. Teniendo en cuenta que el Gasto total programado para el PDR (versión 10.1) es de 1.075.516.328,00 €, el presupuesto dedicado a comunicación supondría el 0,005% del total. Si bien, se ha de tener en cuenta que también se desarrollan otras acciones de comunicación a cargo de otras medidas del PDR, destacando las siguientes: la operación 01.02.01 Actividades demostrativas y 16.01.01 Cooperación para la innovación, ambas por la difusión de los resultados que hacen tras la finalización de sus proyectos, y la medida 19 LEADER, donde los Grupos de Acción Local también tienen un papel relevante en la difusión de la política de desarrollo rural y de las ayudas existentes en el marco del PDR.

En relación con los recursos humanos, a diferencia del periodo de programación anterior 2007-2013, en el presente periodo el único cambio ha sido la incorporación de una persona que ha apoyado en las labores de publicación de contenido en la web del PDR, del seguimiento de los indicadores de la Estrategia y en la identificación y publicación de los proyectos emblemáticos. En general son 29 las personas responsables directas de la aplicación de la Estrategia de Información y Publicidad: 13 unidades gestoras del DACC, 11 GAL y 5 personas del Servicio de Programación y Dinamización Rural. A continuación, se pueden observar los responsables de la implementación de la Estrategia de Información y Publicidad en el DACC por cada una de las medidas de comunicación:

Medida de comunicación	Organismos responsables de la ejecución
1. Difusión del PDR.cat2022 a través de la web del DACC.	DACC – Secretaría de Agenda Rural
2. Difusión de los proyectos emblemáticos del PDR.cat2022.	DACC – Secretaría de Agenda Rural
3. Información de la implementación del PDR.cat2022.	DACC – Secretaría de Agenda Rural
4. Elaboración, envío y publicación de notas de prensa del PDR.cat2022.	DACC – Secretaría de Agenda Rural
5. Actos de difusión de proyectos.	DACC – Secretaría de Agenda Rural
6. Plataforma de trabajo de los grupos LEADER.	Asociación de Iniciativas Rurales de Catalunya (ARCA)
7. Colocación de paneles y placas explicativas de los proyectos.	DACC – Secretaría de Agenda Rural / Persona beneficiaria
8. Instalación de carteles o placas temporales en las actuaciones en infraestructuras o construcciones	DACC – Secretaría de Agenda Rural / Persona beneficiaria
9. Identificación de la sede de los grupos de acción local con una placa	DACC – Secretaría de Agenda Rural / GAL

Medida de comunicación	Organismos responsables de la ejecución
10. Difusión del PDR.cat2022 en el portal RuralCat	DACC – Secretaría de Agenda Rural y Responsable de RuralCat
11. Elaboración y publicación de material divulgativo sobre el PDR.cat2022	DACC – Secretaría de Agenda Rural
12. Difusión de la publicación de las bases reguladoras y convocatorias de ayuda del PDR.cat2022	DACC – Secretaría de Agenda Rural
13. Difusión de documentación y materiales de gestión del PDR.cat2022	DACC – Secretaría de Agenda Rural
14. Elaboración de documentación y materiales de gestión para las unidades gestoras y los grupos de acción local	DACC – Secretaría de Agenda Rural
15. Apoyo y asesoramiento a las unidades gestoras y los grupos de acción local	DACC – Secretaría de Agenda Rural
16. Organización de jornadas formativas	DACC – Secretaría de Agenda Rural
17. Recepción o realización de visitas internacionales y regionales dirigidas a gestores de otras administraciones	DACC – Secretaría de Agenda Rural
18. Red de Innovación Agroalimentaria y Rural (Xarxa i.CAT)	DACC – Dirección General de Empresas Agroalimentarias, Calidad y Gastronomía
19. Actualización de las informaciones del web #FonsUEcat, del MAPA, de la Red Rural Nacional y de la Red Europea de Desarrollo Rural relativas al PDR.cat2022	DACC – Secretaría de Agenda Rural

Los recursos materiales destinados a la implementación de la Estrategia no han incrementado con respecto al periodo de programación anterior 2007-2013, donde el Plan de comunicación abordaba un número de acciones significativamente inferior a la actual Estrategia de Información y Publicidad. Los integrantes de la Mesa de trabajo desarrollada para la presente evaluación calificaron de insuficientes los recursos económicos, humanos y materiales destinados a la implementación de las medidas de comunicación; una mayor dedicación de recursos podría explotar el potencial comunicativo de todas las acciones que se desarrollan en el marco del PDR y darles visibilidad a todas las que están ejerciendo un impacto directo en el medio rural.

En la Tabla 5 se plasma la valoración que los componentes de la Mesa de trabajo en torno al grado de contribución de los responsables en la ejecución de cada una de las medidas de comunicación. Como se puede observar, se puntúa como positivo (4,09 de 5) el grado de contribución de los agentes responsables a su ejecución:

TABLA 5. VALORACIÓN SOBRE LA CONTRIBUCIÓN DE LOS AGENTES

Medida de comunicación	Grado de contribución de los agentes responsables (0-5)
1. Difusión del PDR.cat2022 a través de la web del DACC.	3,20
2. Difusión de los proyectos del PDR.cat2022 de buenas prácticas.	3,80
3. Información de la implementación del PDR.cat2022.	3,80
4. Elaboración, envío y publicación de notas de prensa.	4,00
5. Actos de difusión de proyectos.	4,00

Evaluación de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR.cat2022

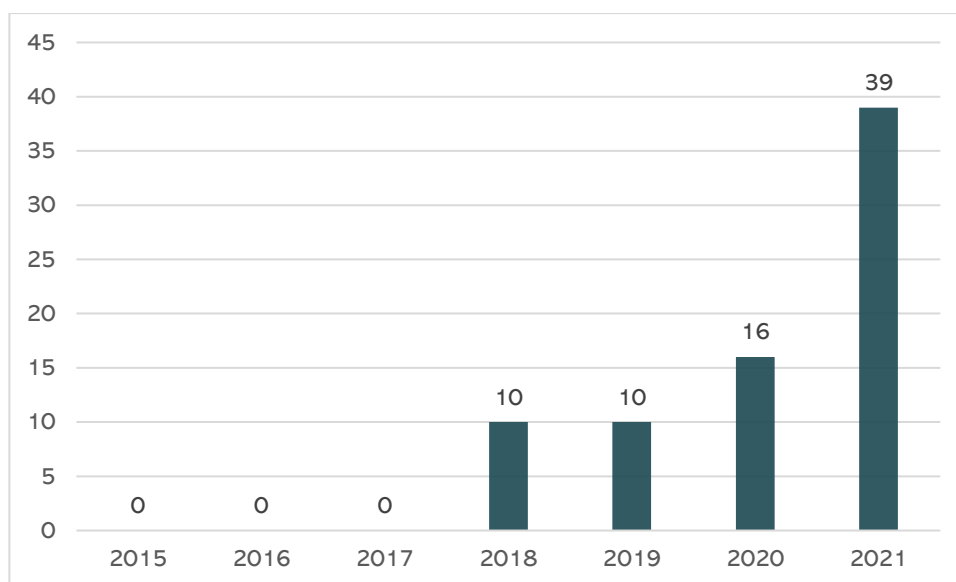
Medida de comunicación	Grado de contribución de los agentes responsables (0-5)
6. Plataforma en internet sobre Desarrollo Rural de los grupos LEADER.	4,30
7. Colocación de paneles y placas explicativas de los proyectos en el lugar de realización.	4,40
8. Instalación placas o carteles temporales en las obras de infraestructura o construcción.	4,40
9. Identificación de placas explicativas en las sedes de los GAL financiados.	4,70
10. Utilización del portal RuralCat para la difusión de las actuaciones del PDR.cat2022.	4,00
11. Elaboración y publicación de material divulgativo sobre el PDR.cat2022.	3,50
12. Difusión de las bases reguladoras y convocatorias de ayuda del PDR.cat2022.	4,00
13. Difusión de documentación y materiales de gestión del PDR.cat2022.	4,40
14. Documentación y materiales para los gestores y los GAL.	4,00
15. Apoyo y asesoramiento continuo a las unidades gestoras y a los GAL.	4,50
16. Organización de jornadas formativas.	4,30
17. Recepción o realización de visitas internacionales y regionales dirigidas a gestores de administraciones.	4,00
18. Red de Innovación Agroalimentaria y Rural (Xarxa-i.CAT).	4,60
19. Actualización de las informaciones de la web #FonsUEcat, del MAPA, de la Red Rural Nacional y de la Red Europea de Desarrollo Rural relativas al PDR de Catalunya.	3,80

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Mesa de trabajo.

7 VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS

En el presente periodo de programación la Comisión Europea ha tenido mucho interés en informar a la población de los efectos de los resultados de las ayudas de la PAC. Desde la Generalitat de Catalunya se ha creado un apartado en la web del DACC para la difusión de proyectos emblemáticos que reciben ayudas de la PAC al desarrollo rural. Como se puede observar en el Gráfico 1 se empezó a publicar a finales del año 2018, como recoge el indicador de ejecución *Nº de proyectos emblemáticos publicados*, de la medida 2 Difusión de los proyectos del PDR.cat2022 de buenas prácticas,

GRÁFICO 1. RITMO DE PUBLICACIÓN DE LOS PROYECTOS EMBLEMÁTICOS



Fuente: Elaboración propia.

En el año 2019, la Autoridad de gestión junto con el equipo evaluador definieron una lógica de selección de buenas prácticas, basada en unos criterios de selección, una sistematización de información recogida, identificación, validación y selección de las buenas prácticas.

A continuación se presentan los criterios empleados para la consideración y validación de los proyectos seleccionados que permiten identificar las buenas prácticas. De esta forma, se consideraron como buenas prácticas los proyectos que cumplieran con al menos tres de los siete criterios que se presentan a continuación:

1. **Relevancia estratégica** de los proyectos, por su contribución al cumplimiento de los objetivos estratégicos del PDR y/o la existencia de sinergias con otros Fondos y Programas Europeos, Nacionales o Autonómicos.
2. Proyectos que contribuyan a **mejorar la calidad de vida en el medio rural, las condiciones de trabajo en el sector agrario y/o la cualificación del capital humano**.

3. Actuaciones que contribuyan al **mantenimiento y/o a la generación de empleo** en el medio rural, mediante la diversificación de las actividades económicas y la creación de empresas.
4. Proyectos que **incrementen el valor añadido** de los productos rurales, mejoren su calidad e impulsen su comercialización.
5. **Proyectos técnicamente innovadores** y que tengan un potencial “efecto demostrativo” para ser replicados en otras áreas rurales de la Unión Europea.
6. Iniciativas que fomenten el **movimiento cooperativo y asociativo** en el sector agrario.
7. Incorporación de **iniciativas medioambientales en el desarrollo de los proyectos**, capaces de contribuir al ahorro energético, mejora del entorno y puesta en valor de los recursos naturales o la reducción de emisiones a la atmósfera, entre otros.

El ESQUEMA 2 muestra la lógica de selección de proyectos como buenas prácticas, siendo el elemento fundamental la definición de los criterios mencionados cuyo cumplimiento constituye una condición necesaria para su consideración como tal.

ESQUEMA 2. LÓGICA DE LA SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 6.A se muestran los proyectos que se han considerado como buena práctica y que han sido publicados en el espacio de la web del DACC creado para ello ([acceso a la web](#)). En general, hay una cobertura de 8 medidas del PDR, destacando la medida 19 Apoyo para el desarrollo local de LEADER con 13 proyectos, seguida de medida 4 Inversiones en activos físicos (10 proyectos) y medida 16 Cooperación (4 proyectos).

TABLA 6. LISTADO DE BUENAS PRÁCTICAS PDR.CAT2022

Nº	Título proyecto	Ámbito de actuación	Medida/ operación	Ubicación/ localidad	Comarca
1	Cal Jep de Gra	Competitivitat del sector agrícola y forestal	Medida 04: Inversiones en activos físicos/04.01.01. Mejora de la competitividad de las explotaciones agrarias	La Granada	Alt Penedès
2	Explotació ramadera de producció d'ous ecològics	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 06: Desarrollo de explotaciones agrícolas y empresariales/06.01.01. Primera instalación de jóvenes agricultoras	La Pobla de Cérvoles	Garrigues
3	Foment del cultiu de mongetes a Catalunya mitjançant conserves innovadores per a la DOP Mongeta del Ganxet"	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 16: Cooperación/ 16.01.01. Cooperación para la innovación. Creación de grupos operativos	Santpedor	Bages
4	Formatgeria l'Aubagueta	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 04: Inversiones en activos físicos/04.01.01 - Mejora de la competitividad de las explotaciones agrarias	Biosca	Segarra
5	Granja del Montseny	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 06: Desarrollo de explotaciones agrícolas y empresariales; Medida 13: Pagos a zonas con limitaciones naturales u otras limitaciones específicas	Fogars de Montclús	Vallès Oriental
6	L'Ortiga: agricultura sostenible periurbana	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 01: Acciones de transferencia de conocimientos e información/01.01.01 - Acciones de formación	Valldoreix - Sant Cugat del Vallès	Vallès Occidental
7	Celler Pla de Morei	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 04. Inversiones en activos físicos/04.01.01 - Mejora de la competitividad de las explotaciones agrarias	Torre de Claramunt	Anoia
8	Maduixes de Siscarri	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 06. Desarrollo de explotaciones agrícolas y empresariales	Nuclis de Sarroqueta i Llesp, municipi del Pont de Suert	Alta Ribagorça

Nº	Títol projecte	Àmbit de actuació	Medida/ operació	Ubicació/ localitat	Comarca
9	Obrador de cocció de llegums i sala de farines	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 04: Inversions en actius físics/04.01.01 - Mejora de la competitivitat de las explotaciones agrarias	El Vendrell	Baix Penedès
10	OTIVINYA: Optimització del control de maduració i quantitat de la collita de la vinya	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 16: Cooperació/16.01.01. Cooperación para la innovación. Creación de grupos operativos	Vilobí del Penedès	Alt Penedès
11	Petit celler de producció de vins ecològics	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 04. Inversions en actius físics/04.01.01 - Mejora de la competitivitat de las explotaciones agrarias	Barri les Parellades, el Pla del Penedès	Alt Penedès
12	Petit Pla Palafolls	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 03. Regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimentarios/03.01.01 - Participación en regímenes de calidad	Palafolls	Maresme
13	Plataforma d'accés als recursos fitogenètics tradicionals: ús de l'agrobiodiversitat en agricultura productiva	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 01: Acciones de transferencia de conocimientos e información/ 01.02.01 - Transferencia tecnológica: Proyectos propios	Castelldefels	Baix Llobregat
14	Riera Villagrasa	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 03. Regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimentarios/ 03.01.01 - Participación en regímenes de calidad	Premià de Dalt	Maresme
15	Transformació d'una explotació lletera tradicional en ecològica	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 04: Inversions en actius físics; Medida 11: Agricultura ecològica; Medida 06: Desarrollo de explotaciones agrícolas/ 04.01.01 - Mejora de la competitivitat de las explotaciones agrarias	Joanetes. La Vall d'en Bas	Garrotxa
16	Utilització de xarxes anti-pluja per reduir l'aplicació de fungicides pel control del motejat de la pomera	Competitivitat del sector agrícola i forestal	Medida 16: Cooperació/16.01.01. Cooperación para la innovación. Proyectos piloto	Bordils	Baix Empordà
17	Agrobotiga i adequació d'un molí antic	Leader	Medida 19: Apoyo para el desarrollo local de LEADER (DLP, desarrollo local participativo)/ 19.02.01. Implementación de	L'Espluga Calba	Garrigues

Nº	Título proyecto	Ámbito de actuación	Medida/ operación	Ubicación/ localidad	Comarca
			estrategias de desarrollo local. Recuperación del patrimonio cultural y natural		
18	Creació de l'alberg rural Lo Molí de Bot	Leader	Medida 19: Apoyo al desarrollo local de LEADER/19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector no agroalimentario	Bot	Terra Alta
19	Creació de l'espai 'local coworking'	Leader	Medida 19: Apoyo al desarrollo local de LEADER/ 19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector no agroalimentario	Guissona	Segarra
20	Creació d'obrador per elaborar xocolata artesanal i espai de venda i degustació	Leader	Medida 19: Apoyo para el desarrollo local de LEADER (DLP, desarrollo local participativo)/ 19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector agroalimentario	Cervera	Segarra
21	El Rebot de les Gambires	Leader	Medida 19: Apoyo para el desarrollo local de LEADER (DLP, desarrollo local participativo)/ 19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector agroalimentario	Torelló	Osona
22	Formatgeria del Miracle	Leader	Medida 19: Apoyo para el desarrollo local de LEADER (DLP, desarrollo local participativo)/19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector agroalimentario	Santuari del Miracle	Solsonès
23	Hotel Casa Albets	Leader	Medida 19: Apoyo al desarrollo local de LEADER/19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector no agroalimentario	Lladurs	Solsonès
24	L'Escairador	Leader	Medida 19: Apoyo para el desarrollo local de LEADER (DLP, desarrollo local participativo)/19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector agroalimentario	Berga	Berguedà
25	Nova línia de fabricació d'intercanviadors de calor	Leader	Medida 19: Apoyo al desarrollo local de LEADER/19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector no agroalimentario	Castellserà	Urgell

Nº	Títol projecte	Àmbit de actuació	Medida/ operació	Ubicació/ localitat	Comarca
26	Pastisseria i càtering per a esdeveniments	Leader	Medida 19: Apoyo al desarrollo local de LEADER/19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector no agroalimentario	Almenar	Noguera
27	Pirineus Parc Aventura	Leader	Medida 19: Apoyo al desarrollo local de LEADER/19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector no agroalimentario	Berròs – La Guingueta d'Àneu	Pallars Sobirà
28	REFU Birreria	Leader	Medida 19: Apoyo para el desarrollo local de LEADER (DLP, desarrollo local participativo)/19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector agroalimentario	Bossòst	Val d'Aran
29	Sallavinera de Maltes	Leader	Medida 19: Apoyo para el desarrollo local de LEADER (DLP, desarrollo local participativo)/19.02.01 - Implementación de estrategias de desarrollo local. Sector agroalimentario	Sant Pere Sallavinera	Anoia
30	Construcció d'una impulsió mitjançant bombament solar	Millora del medi ambient i de l'entorn rural	Medida 04: Inversiones en activos físicos/04.03.02 - Modernización de regadíos: Proyectos propios	L'Espluga Calba	Garrigues
31	Deixa't guiar	Millora del medi ambient i de l'entorn rural	Medida 07: Servicios básicos y renovación de poblaciones en las zonas rurales/07.01.01 - Ordenación de los espacios naturales	Guingueta d'Àneu, Lladorre, Soriguera i Alt Àneu	Pallars Sobirà
32	Desenvolupament de sacs tèxtils per a aplicacions en horticultura ornamental i jardineria	Millora del medi ambient i de l'entorn rural	Medida 16: Cooperación/16.01.01 - Cooperación para la innovación. Proyectos piloto	Premià de Dalt	Maresme
33	Millora de la biodiversitat i la regulació dels usos als cursos fluvials del Brugent	Millora del medi ambient i de l'entorn rural	Medida 04: Inversiones en activos físicos/04.04.01 - Actuaciones en especies, hábitats y paisajes	Les Planes d'Hostoles	Garrotxa
34	Projecte dels camins de la concentració parcel·lària de la zona regable del terme municipal de Balaguer	Millora del medi ambient i de l'entorn rural	Medida 04: Inversiones en activos físicos/04.03.01 - Infraestructuras rurales. Concentración parcelaria y caminos. Caminos	Balaguer	Noguera

Nº	Título proyecto	Àmbito de actuación	Medida/ operació	Ubicació/ localitat	Comarca
35	Projecte constructiu d'ampliació del regadiu del Segrià Sud zona M3, en els termes municipals d'Almatret i Maials	Millora del medi ambient i de l'entorn rural	Medida 04: Inversiones en activos físicos/04.03.04 - Nuevos regadíos de alta eficiencia	Almatret	Segrià i Ribera d'Ebre
36	Transferència tecnològica de monitorització de fauna salvatge utilitzant tecnologia dron	Millora del medi ambient i de l'entorn rural	Medida 01: Acciones de transferencia de conocimientos e información/01.02.01 - Transferencia tecnológica: Actividades demostrativas	Solsona	Solsonès
37	Can Gel de Canyamars	Qualitat de vida i diversificació rural	Medida 311: Diversificación hacia actividades no agrícolas	Dosrius	Maresme
38	Mas Bes de Salitja	Qualitat de vida i diversificació rural	Medida 311: Diversificación hacia actividades no agrícolas	Salitja	Selva
39	Mas Llagostera	Qualitat de vida i diversificació rural	Medida 311: Diversificación hacia actividades no agrícolas	La Bisbal del Penedès	Baix Penedès

Fuente: Elaboración propia.

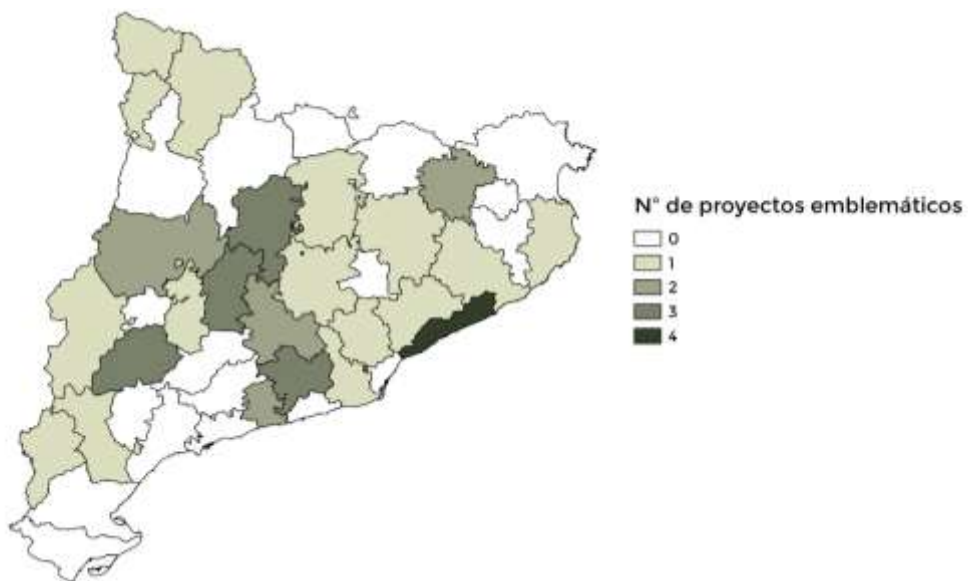
Desde el punto de vista de distribución territorial, Cataluña se divide en 42 comarcas (Mapa 1). La distribución en el territorio de los proyectos seleccionados muestra un porcentaje del 57,14% de las comarcas de la región con presencia de proyectos emblemáticos. La mayor concentración de proyectos se ubica en la comarca de Maresme con 4 proyectos, seguido por las comarcas con tres proyectos de Alt Penedès, Segarra, Solsonès y Garrigues (Mapa 2).

MAPA 1. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL CATALUÑA



Fuente: Elaboración propia.

MAPA 2. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DEL PDR.CAT2022



Fuente: Elaboración propia.

8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este apartado se presentan las conclusiones y recomendaciones que emanan de la Evaluación de la Estrategia de Información y Publicidad del Programa de Desarrollo Rural de Cataluña 2014-2022.

Las **principales conclusiones** extraídas son las siguientes:

- ✦ Se ha evaluado la **pertinencia** de la programación de la Estrategia de Información y Publicidad y se valora positivamente por haber tenido en cuenta en la fase de programación las lecciones aprendidas del pasado periodo y por el proceso de mejora continua que ha supuesto en este periodo la elaboración y sucesivas modificaciones pertinentes para lograr los objetivos establecidos. En este sentido, cabe destacar que tras el análisis de las recomendaciones derivadas de la evaluación de la Estrategia de Información y Publicidad del PDR 2007-2013 y el grado en el que han sido atendidas en el presente periodo, se puede observar que el 46,15% de las recomendaciones han sido completamente atendidas, el 23,08% lo han hecho parcialmente y el 30,77% no lo han sido.
- ✦ También se ha analizado la pertinencia de la programación en relación con las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación en tanto en cuanto la Estrategia de Información y Publicidad ha logrado abordar estas normas y sus correspondientes modificaciones.
- ✦ La programación de la Estrategia se ha basado en una **lógica de intervención** que el equipo evaluador califica de **positiva por su consistencia y validez** para la consecución de los objetivos determinados. Se establecen medidas que dan respuesta a estos objetivos y que tienen efectos en los destinatarios últimos de la Estrategia.
- ✦ Los responsables de la implementación de la Estrategia en el DACC puntúan como positiva (4,18 de 5) la **adecuación de los indicadores** establecidos en la fase de programación para la medición de los avances de las medidas que componen la Estrategia.
- ✦ En general, el **avance de la ejecución de los indicadores** de ejecución y resultado asociados a las medidas de la Estrategia de Información y Publicidad **es positivo**, con unos promedios por objetivos específicos que superan el 84% en todos los casos. Si bien, a pesar de este avance existe un gran margen de mejora. El PDR y todo el **impacto** que genera en el medio rural no queda recogido en las acciones de comunicación que hasta la fecha se han podido hacer, con una difusión y divulgación que se considera escasa para el potencial del propio PDR.
- ✦ En estos últimos años de convivencia con la pandemia Covid-19 se ha incrementado en gran medida el número de usuarios y seguidores en **redes sociales** de RuralCat. La línea siempre ha sido creciente, pero esta se ha disparado en los dos últimos años. Cuando finalice el PDR en 2025 el nivel de ejecución se estima que esté por encima de lo fijado como objetivo en la última versión de la Estrategia.

- ✦ En general se valora la **consecución de los objetivos operativos** de la Estrategia de Información y Publicidad en los **niveles elevado y normal**. Si bien, en el debate con los agentes durante la Mesa de trabajo surgieron varios elementos que han de destacarse por su gran potencial en la aplicación de medidas de comunicación del PDR, tales como: la creación de un equipo de trabajo, de una red de intercambio de ideas entre gestores de Estrategias de comunicación de FEADER y el diseño de un Plan de comunicación.
- ✦ Entre los agentes del DACC que han sido consultados se ha concluido la necesidad de creación de un **equipo de trabajo** dentro del Departamento que sea asesorado por profesionales del sector de la comunicación. Este equipo tendría la función de coordinación entre todas las personas del Departamento implicadas en la implementación de la Estrategia.
- ✦ También ha surgido la idea de intercambiar ideas con otros gestores de Estrategias de comunicación de FEADER, como a partir de la creación de un **equipo de trabajo a nivel estatal o europeo** para conocer cómo aplican sus propias estrategias de comunicación, qué hacen con las medidas, qué medios y recursos destinan o qué soluciones plantean ante problemáticas compartidas.
- ✦ En la consulta realizada a los agentes implicados en la ejecución de la Estrategia dentro del DACC, también ha habido consenso en cuanto a la necesidad de contar con un **Plan de comunicación**, más allá de una Estrategia, que establezca qué comunicar, cómo y dónde.
- ✦ La **valoración del impacto** entre los agentes consultados producido por las medidas de comunicación puestas en marcha por el DACC ha sido positiva, aunque con margen de mejora, especialmente en los que respecta al indicador Grado de conocimiento de la Estrategia de Información y Publicidad entre personas beneficiarias del PDR. Como contrapartida, el indicador mejor situado es Tasa de satisfacción de logro de los objetivos de la Estrategia.
- ✦ Los **recursos humanos y materiales** destinados a la comunicación del PDR se consideran **insuficientes** para poder explotar el potencial comunicativo de todas las acciones que se desarrollan en el marco del PDR y darles visibilidad a todas aquellas que están ejerciendo un impacto directo en el medio rural.
- ✦ Las exigencias de la Comisión Europea con respecto a las acciones de comunicación se han visto incrementadas entre el periodo 2007-2013 y el presente, 2014-2022. Para el pasado PDR se elaboró un Plan de comunicación que sirvió como base para la elaboración de la Estrategia de Información y Publicidad 2014-2022, donde se ha trabajado con mayor énfasis en el seguimiento y la evaluación de las acciones de comunicación.
- ✦ De cara al **próximo periodo 2023-2027** se estima que la exigencia de la Comisión Europea en torno a la comunicación será estable. En cuanto a las acciones a emprender en este sentido, la Autoridad de gestión está a la espera de las indicaciones del MAPA.

Las **principales recomendaciones** extraídas se presentan a continuación:

- ✦ Se considera pertinente tener en cuenta de cara a futuras estrategias de comunicación los siguientes elementos que contribuirían a mejorar las acciones de comunicación del PDR:
 - ✦ La creación de un equipo de trabajo asesorado que coordine las labores de comunicación en el DACC;
 - ✦ Dotar a este equipo de recursos humanos y materiales;
 - ✦ La creación de una red de intercambio de ideas entre gestores de Estrategias de comunicación de FEADER y
 - ✦ El diseño de un Plan de comunicación asociado a la Estrategia.
- ✦ Se recomienda tener en cuenta que la Evaluación final de la Estrategia de Información y Publicidad que se elabore a la finalización del periodo 2014-2022 ha de contar con el análisis de impacto de las medidas de comunicación teniendo en cuenta la percepción no solo interna por parte de los agentes implicados en la implementación de la Estrategia en el DACC, como ha sido el enfoque de la Evaluación Intermedia, sino también la externa (beneficiarios, beneficiarios potenciales y ciudadanía en general). Para ello, será necesario ampliar el trabajo de campo con entrevistas y cuestionarios dirigidos a estos agentes externos.
- ✦ De cara a la futura elaboración de una Estrategia de Información y Publicidad se considera oportuno tener en cuenta el registro del número de visitas del portal El Planter, así como al apartado de las noticias, convocatorias y resoluciones de ayudas publicadas en RuralCat, dado que en la actualidad estos datos no se están reflejando en los indicadores de nº de seguidores de RuralCat en redes sociales o visitas a la Xarxa-i.cat.

9 ANEXO. Resultados Mesa de trabajo

1. Comentar si ha habido diferencia de recursos (hum. y mat.) asignados para la implementación de la Estrategia con respecto al periodo 2007-2013:

Mentimeter

Si, en recursos humanos hemos contado con el apoyo de una persona más. En recursos materiales no ha habido diferencia.

Creo que en el caso de la publicación en el web y la intranet, hemos tenido los mismos recursos humanos y materiales.

No ha habido cambios significativos en relación al periodo 2007-2013, más allá de la colaboración de Carles Folch

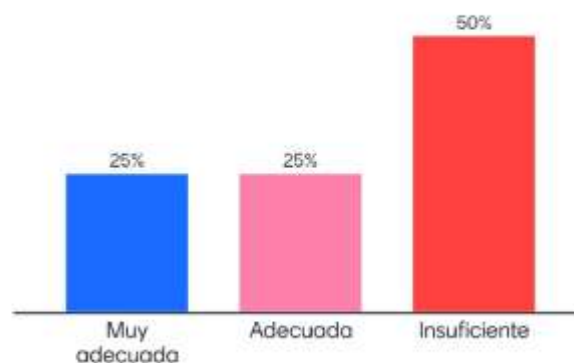
Si, RuralCat ofrece en este periodo espacios específicos para divulgar los resultados de algunas operaciones

Se han ampliado los recursos humanos (Carles). Igual presupuesto en la Medida 20 y los GAL también dedican presupuesto.



2. Valoración de la adecuación de los recursos humanos y materiales destinados a la implementación de la Estrategia:

Mentimeter



3. Señalar si hay más personas que participan en la implementación de la Estrategia y no estáis aquí:

Montimeter

Servicios gestores, ARCA

Entiendo que ARCA está haciendo una muy buena difusión de las acciones que realizan.

en el caso de la medida 16.01, los grupos operativos comunican todos los resultados de los proyectos, así mismo los beneficiarios de las actividades demostrativas

los beneficiarios de las inversiones



4. Indicar posibles mejoras futuras en lo que respecta a los recursos (asignación y adecuación):

Montimeter

realizar un buen plan de comunicación

Crear un grupo específico de trabajo para abordar la difusión del PDR, futuro PERWC.

Lo que ya se ha apuntado: Disponer de un equipo de comunicación y de mayor coordinación entre los distintos actores que intervienen en el PDR.

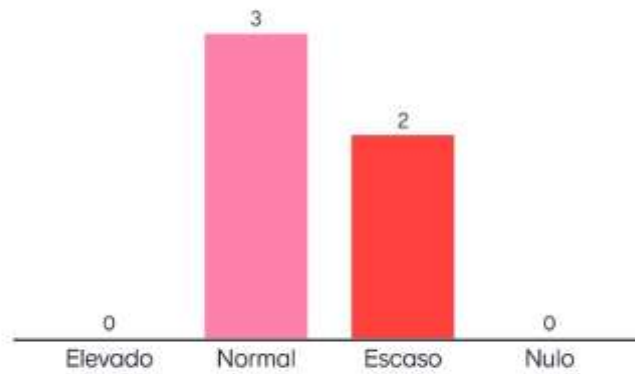
Creación de un equipo de comunicación

Plan de comunicación y recursos para llevarlo a cabo



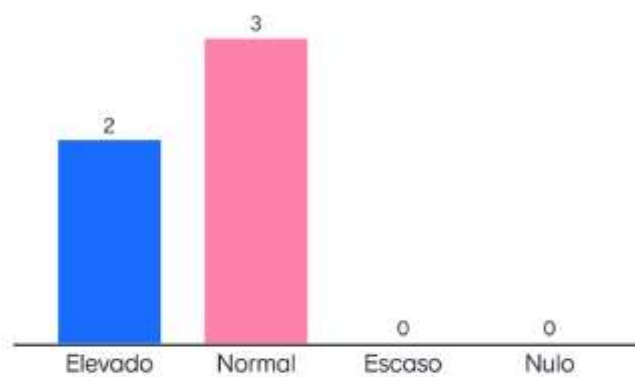
5. Objetivo 001. Aumentar la participación de las partes interesadas en la aplicación de la política de des. rural.

Mentimeter



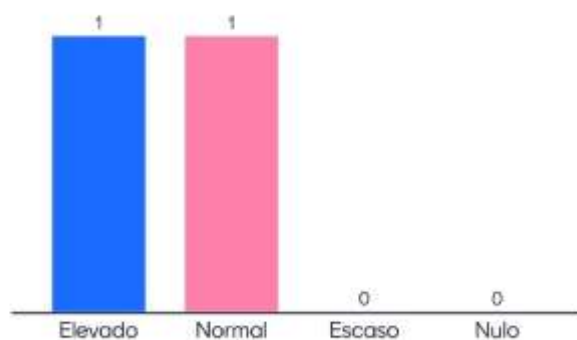
6. Objetivo OO2. Mejorar la calidad de la aplicación de los programas de desarrollo rural

Mentimeter



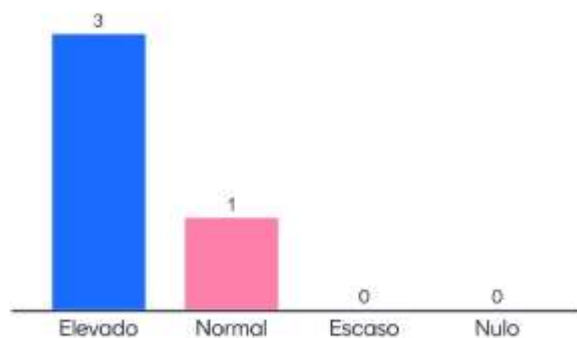
7. Objetivo OO3. Informar al público y a las personas beneficiarias potenciales sobre la política de des. rur y las posibilidades de financiación

Montimeter



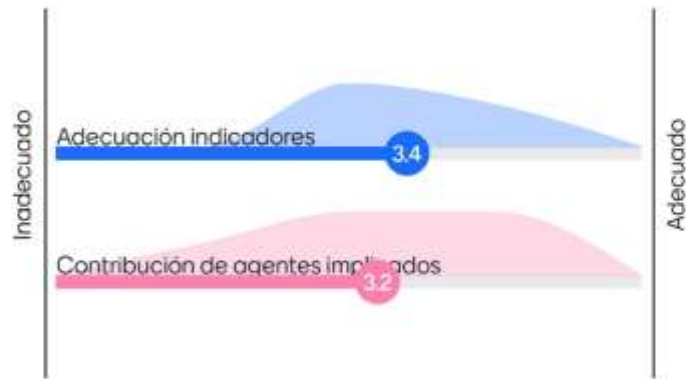
8. Objetivo OO4. Potenciar la innovación en el sector agrícola, la producción alimentaria, la silvicultura y las zonas rurales

Montimeter



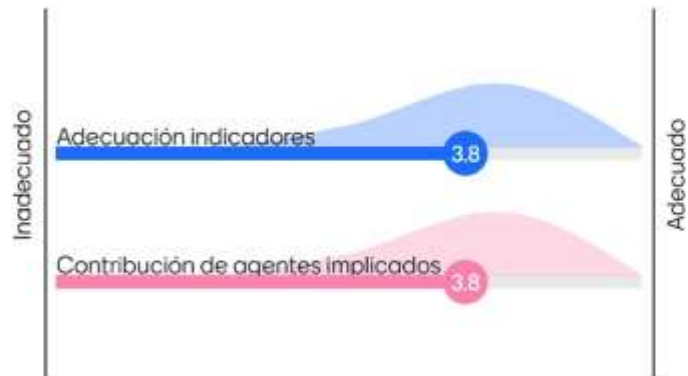
9. Medida 1. Difusión del PDR.cat2022 a través de la web del DACC

Montimeter



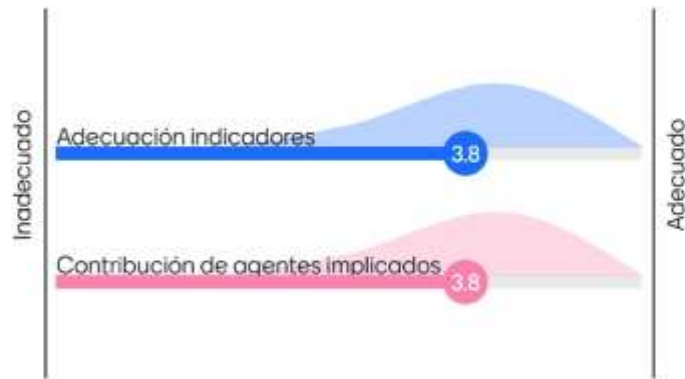
10. Medida 2. Difusión de los proyectos del PDR.cat2022 de buenas prácticas

Montimeter



11. Medida 3. Información de la implementación del PDR.cat2022

Montimeter



12. Medida 4. Elaboración, envío y publicación de notas de prensa

Montimeter



13. Medida 5. Actos de difusión de proyectos

Mentimeter



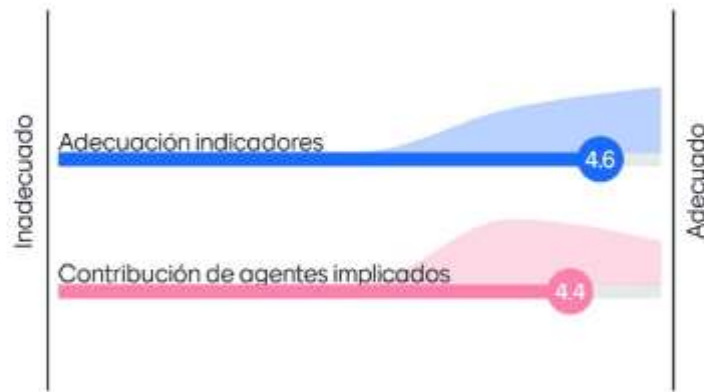
14. Medida 6. Plataforma en internet sobre Desarrollo Rural de los grupos LEADER

Mentimeter



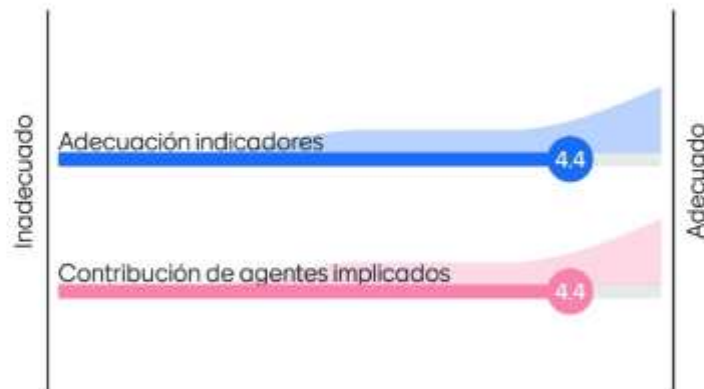
15. Medida 7. Colocación de paneles y placas explicativas de los proyectos en el lugar de realiza.

Montimeter



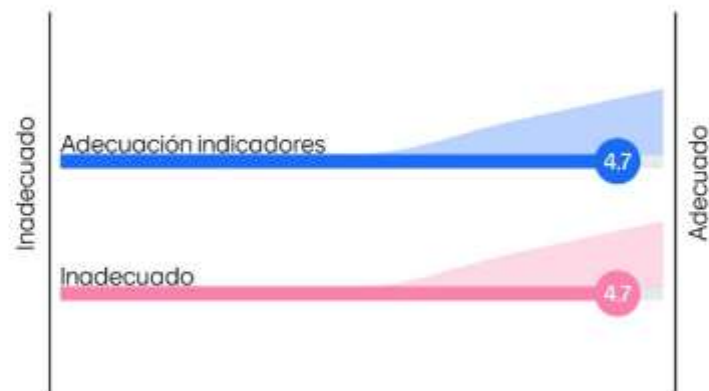
16. Medida 8. Instalación placas o carteles temporales en las obras de infraestructura o construc.

Montimeter



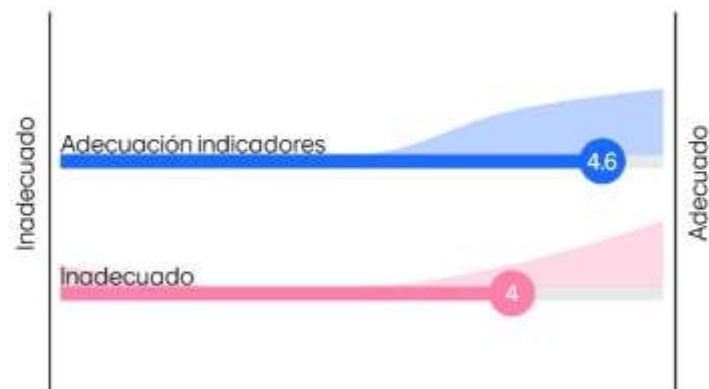
17. Medida 9. Identificación de placas explicativas en las sedes de los GAL financiados:

Montimeter



18. Medida 10. Utilización del portal RuralCat para la difusión de las actuaciones del PDR

Montimeter



19. Medida 11. Elaboración y publicación de material divulgativo sobre el PDR.

Mentimeter



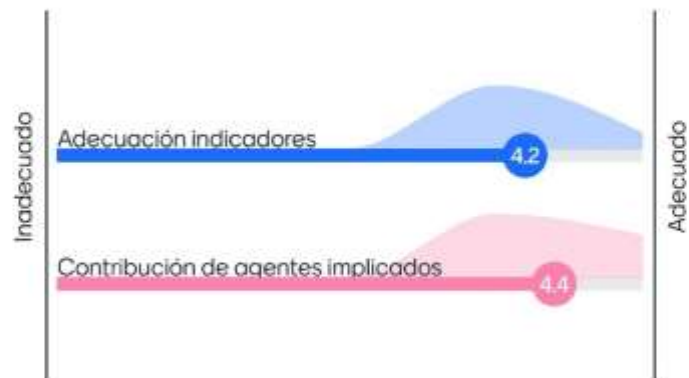
20. Medida 12. Difusión de las bases reguladoras y convocatorias de ayuda del PDR

Mentimeter



21. Medida 13. Difusión de documentación y materiales de gestión del PDR.

Montimotor



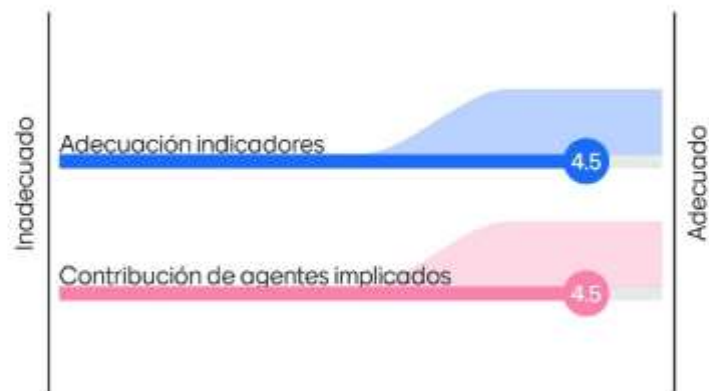
22. Medida 14. Documentación y materiales para los gestores y los GAL

Montimotor



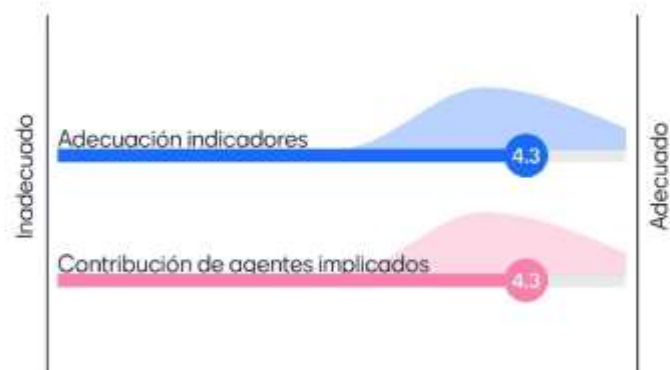
23. Medida 15. Apoyo y asesoramiento continuo a las unidades gestoras y a los GAL

Mentimeter



24. Medida 16. Organización de jornadas formativas.

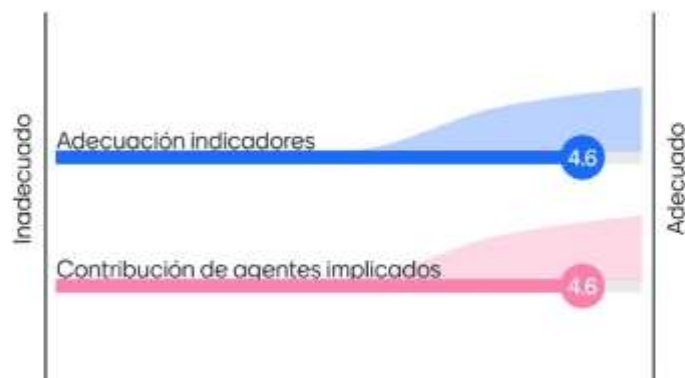
Mentimeter



25. Medida 17. Recepción o realización de visitas internac. y regio. dirigidas a gestores. Montimeter

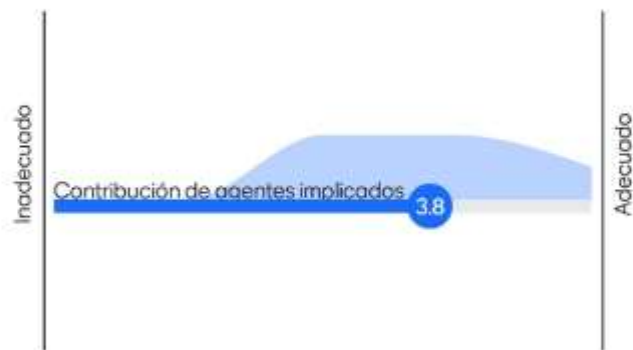


26. Medida 18. Red de Innovación Agroalimentaria y Rural (Xarxa-i.CAT). Montimeter



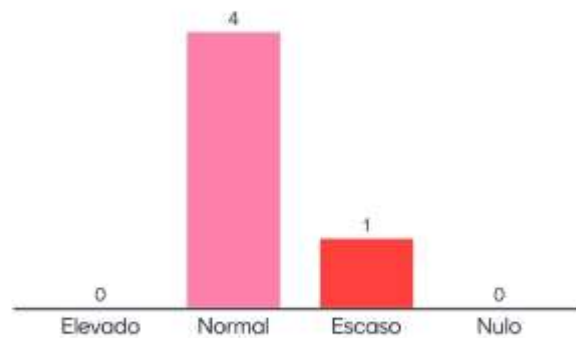
27. Medida 19. Actualización de las informaciones de la web #FonsUEcat, del MAPA, de la RRN y REDR relativas al PDR

Montimeter



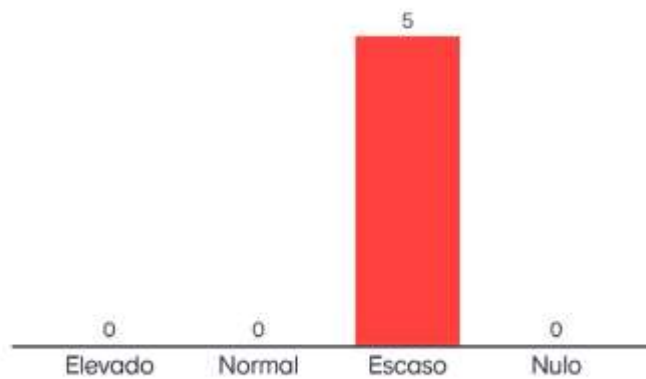
28. Indicador de impacto: Grado de conocimiento de la Estrategia entre agentes involucrados en la gestión del PDR

Montimeter



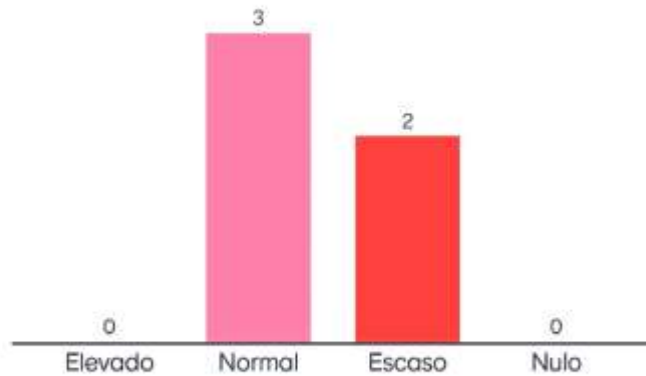
29. Indicador de impacto: Grado de conocimiento de la Estrategia entre personas beneficiarias del PDR

Montimeter

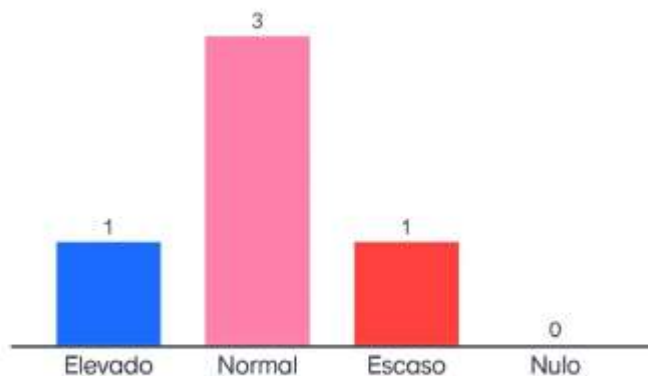


30. Indicador de impacto: Grado de conocimiento del fondo FEADER y del PDR entre la ciudadanía

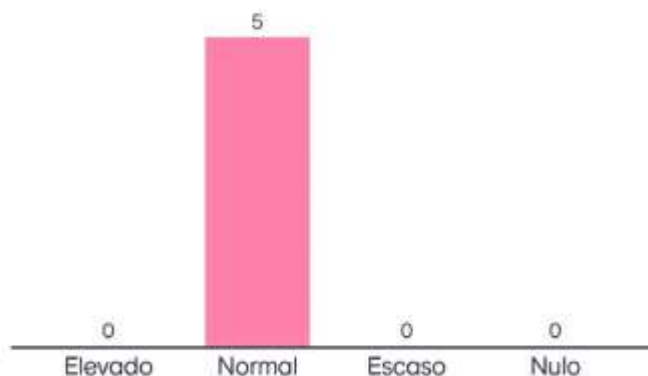
Montimeter



31. Indicador de impacto: Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea entre la ciudadanía Montimeter

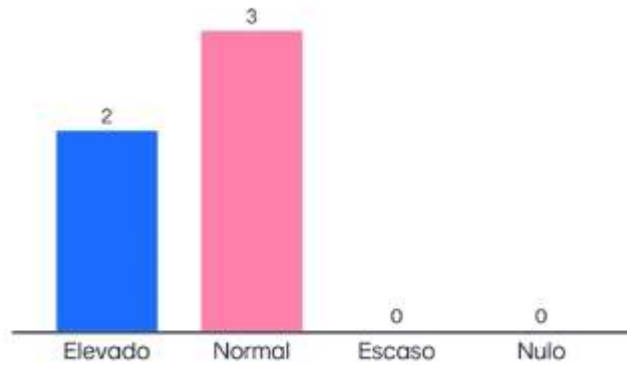


32. Indicador de impacto: Tasa de satisfacción de logro de los objetivos de la Estrategia Montimeter



6. Indicador de impacto: Tasa de utilidad de las medidas de la Estrategia

Montimeter



33. Otros comentarios: exigencias de la CE, periodo 2023-2027, mejoras, evoluciones, roles de los agentes...

Montimeter

Entre periodo 2007-2013 y 2014-2020 ha habido más exigencia por parte de la CE. Para el nuevo periodo se establece para el 2023-2027. Ha sido un equipo dedicado a la información y publicidad de las ayudas asesorado por profesionales de la com.

A la espera de conexiones entre comunicación del nuevo periodo

necesidad de un equipo dedicado a la comunicación y de un plan de comunicación detallado



RegioPlus
Consulting 

www.regioplus.eu