

DOCUMENTO MARCO SOBRE  
**COMUNICACIÓN Y  
VISIBILIDAD DEL  
PLAN ESTRATÉGICO DE LA  
PAC DE ESPAÑA  
2023 - 2027**

## **VERSION 1 de 02/02/2023**

El presente documento tiene por objeto establecer unos criterios generales para la realización de actividades de comunicación e información sobre el Plan Estratégico de la PAC de España 2023-2027 (PEPAC), con vistas a optimizar el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece, a mejorar su visibilidad y a dotar su implementación de un mayor grado de transparencia y participación.

### **Índice**

I. Obligaciones de comunicación de la PAC para el periodo 2023-2027	3
II. Objetivos y grupos destinatarios de la comunicación del Plan Estratégico de la PAC	6
III. Tipos de acciones de comunicación y medios de difusión	8
IV. Consideraciones generales en relación con la ejecución de las acciones de comunicación y visibilidad	10
V. El papel de la Red nacional de la PAC	12
VI. Seguimiento de las acciones de comunicación y visibilidad	14
VII. Otras obligaciones en materia de publicidad y transparencia	15
VIII. Coordinación y reporte a la autoridad de gestión del Plan Estratégico de las acciones de comunicación y transparencia	16

## I. OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN DE LA PAC PARA EL PERIODO 2023-2027

---

---

Las obligaciones en materia de comunicación e información de la PAC durante el periodo 2023-2027 se establecen en el [reglamento \(UE\) 2021/2115 de los planes estratégicos](#)<sup>1</sup>.

En primer lugar, según el artículo 2 del citado reglamento, los artículos 46 (*Visibilidad*) y 48 (*Personas y redes responsables de la comunicación*) del [reglamento \(UE\) 2021/1060 de disposiciones comunes](#)<sup>2</sup> se aplicarán a la **ayuda financiada por el Feader**.

Respecto al artículo 46, su aplicación supone que el Estado miembro ha de garantizar:

- a) la visibilidad de la ayuda en todas las actividades relacionadas con las operaciones que reciban ayuda, prestando especial atención a las operaciones de importancia estratégica;
- b) la comunicación a los ciudadanos del cometido y los logros de los fondos a través de un único **portal web** que proporcione acceso junto con los demás programas financiados con fondos europeos en los que participa el Estado miembro.

Por otra parte, en virtud del artículo 48, el Plan Estratégico de la PAC de España ha designado a la Subdirección General de Planificación de Políticas Agrarias del MAPA como “*coordinador de comunicación para actividades de visibilidad, transparencia y comunicación*” en los términos de dicho artículo. En este sentido, esta unidad ha de procurar la participación en las actividades de visibilidad, transparencia y comunicación de los siguientes organismos:

- a) Representaciones de la Comisión Europea y Oficinas de Enlace del Parlamento Europeo en los Estados miembros, así como centros de información Europe Direct y otras redes, y organizaciones de educación y de investigación pertinentes;

---

<sup>1</sup> Reglamento (UE) 2021/2115 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 2 de diciembre de 2021, por el que se establecen normas en relación con la ayuda a los planes estratégicos que deben elaborar los Estados miembros en el marco de la política agrícola común (planes estratégicos de la PAC), financiada con cargo al Fondo Europeo Agrícola de Garantía (FEAGA) y al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader), y por el que se derogan los Reglamentos (UE) n.o 1305/2013 y (UE) n.o 1307/2013.

<sup>2</sup> Reglamento (UE) 2021/1060 del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de junio de 2021 por el que se establecen las disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo Plus, al Fondo de Cohesión, al Fondo de Transición Justa y al Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura, así como las normas financieras para dichos Fondos y para el Fondo de Asilo, Migración e Integración, el Fondo de Seguridad Interior y el Instrumento de Apoyo Financiero a la Gestión de Fronteras y la Política de Visados

- b) otros socios pertinentes, tales como autoridades regionales y locales, interlocutores económicos y sociales, representantes de la sociedad civil, las organizaciones de investigación y universidades, entre otros.

Por otro lado, al describir las **funciones de las autoridades de gestión**, el reglamento de los planes estratégicos estipula en su artículo 123 que éstas velarán por que:

- a) los agricultores, los demás beneficiarios y otros organismos que participen en la ejecución de las intervenciones:
  - i) estén informados de las obligaciones que les correspondan como consecuencia de la concesión de las ayudas y mantengan o bien un sistema de contabilidad separado, o bien un código contable adecuado para todas las transacciones relativas a una operación, cuando proceda;
  - ii) conozcan los requisitos relativos a la presentación de datos a la autoridad de gestión y al registro de las realizaciones y resultados;
- b) los agricultores y los demás beneficiarios interesados reciban, mediante el uso de medios electrónicos si corresponde, información clara y precisa sobre los requisitos legales de gestión y las normas BCAM mínimas establecidas, así como sobre los requisitos relacionados con la condicionalidad social establecidos, a efectos de su aplicación en las explotaciones;
- c) los beneficiarios de intervenciones a cargo del Feader, distintas de las intervenciones relacionadas con las superficies y los animales, den visibilidad a la ayuda financiera recibida, también mediante la utilización apropiada del emblema de la Unión con arreglo a las normas establecidas por la Comisión;
- d) se dé publicidad al plan estratégico de la PAC, también a través de la red nacional de la PAC, informando a:
  - i) los beneficiarios potenciales, organizaciones profesionales, interlocutores económicos y sociales, organismos dedicados a la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres y organizaciones no gubernamentales interesadas, entre ellas las organizaciones medioambientales, de las posibilidades que ofrece el plan estratégico de la PAC y de las modalidades de acceso a su financiación, y
  - ii) los agricultores, los demás beneficiarios y al público en general de las ayudas de la Unión a la agricultura y el desarrollo rural mediante el plan estratégico de la PAC.

Estos requisitos de comunicación se han desarrollado en el [reglamento de ejecución \(UE\) 2022/129](#)<sup>3</sup> de la Comisión. Dicha norma establece una serie de disposiciones para la aplicación uniforme de los requisitos en materia de información, publicidad y visibilidad en relación con la ayuda recibida a través de los planes estratégicos de la PAC (en su anexo III), así como para el uso del emblema de la Unión en el marco de determinadas intervenciones financiadas por el Feader (en su anexo II).

De acuerdo con el citado reglamento de ejecución, la autoridad de gestión dará publicidad al plan estratégico mediante **la planificación y la realización de las acciones de comunicación y visibilidad pertinentes** durante la elaboración y la ejecución del plan. Entre dichas acciones cabe destacar las siguientes:

- ✓ asegurarse de que, en un plazo de seis meses a partir de la decisión de la Comisión por la que aprueba el plan estratégico (que, en el caso de España, fue el 31 de agosto de 2022), exista un **sitio web** donde esté disponible la información sobre el plan estratégico de la PAC, que incluya: los objetivos, las actividades, las oportunidades de financiación disponibles, así como los logros del plan previstos y alcanzados. Este sitio web se dirigirá al público en general y a los beneficiarios potenciales de las intervenciones del plan;
- ✓ publicar, en el sitio web mencionado en el punto anterior, un **calendario con las convocatorias** previstas y los plazos de presentación de solicitudes, que se actualice al menos tres veces al año, en el que figuren los siguientes datos indicativos:
  - a) la zona geográfica que engloba;
  - b) la intervención y el/los objetivo(s) específico(s);
  - c) el tipo de solicitantes admisibles;
  - d) el importe total de la ayuda;
  - e) el plazo de presentación de solicitudes.
- ✓ facilitar a los beneficiarios potenciales el acceso a toda la información necesaria sobre las **oportunidades de financiación**, en particular: las condiciones de admisibilidad, los criterios de selección, los requisitos de los beneficiarios seleccionados para recibir financiación y sus responsabilidades;
- ✓ asegurarse de que los beneficiarios seleccionados para recibir financiación sean informados de que la ayuda está cofinanciada por la Unión;

---

<sup>3</sup> Reglamento de Ejecución (UE) 2022/129 de la Comisión de 21 de diciembre de 2021 por el que se establecen normas para los tipos de intervención relativos a las semillas oleaginosas, el algodón y los subproductos de la vinificación en virtud del Reglamento (UE) 2021/2115 del Parlamento Europeo y del Consejo, así como para los requisitos en materia de información, publicidad y visibilidad relacionados con la ayuda de la Unión y los planes estratégicos de la PAC

- ✓ asegurarse de que los materiales de comunicación y visibilidad, incluso a nivel de los beneficiarios, se pongan a disposición de las instituciones, órganos, organismos o agencias de la Unión Europea, en los términos descritos en el punto 1.7 del anexo III del reglamento de ejecución.

La autoridad de gestión también es responsable de **poner a disposición del comité de seguimiento toda la información necesaria** para que dicho comité lleve a cabo la tarea de examinar la ejecución de las acciones de comunicación y visibilidad, de acuerdo con lo establecido en el artículo 124.3.f) del reglamento de los planes estratégicos.

Asimismo, la autoridad de gestión es responsable de que los beneficiarios de determinadas **operaciones financiadas por el Feader** (las denominadas comúnmente “no SIGC”) den a conocer la ayuda del plan estratégico en sus sitios web y cuentas de redes sociales oficiales, en documentos y materiales de comunicación, así como por medio de placas, vallas publicitarias o pantallas electrónicas. Estas disposiciones son aplicables a los organismos que ejecuten instrumentos financieros financiados por Feader y los grupos de acción local financiados por LEADER. Todo ello en las condiciones que detalla el apartado segundo del anexo III del reglamento de ejecución.

Finalmente, por lo que se refiere al empleo del **emblema de la Unión**, éste deberá aparecer de forma destacada en todos los materiales de comunicación relativos a la ejecución de una operación junto con la mención “Financiado/Cofinanciado por la Unión Europea”, y cumplir con las especificaciones que recoge el anexo II del reglamento de ejecución.

## II. OBJETIVOS Y GRUPOS DESTINATARIOS DE LA COMUNICACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA PAC

---

En base a lo anterior, los objetivos en materia de comunicación e información sobre el Plan Estratégico de la PAC de España para el periodo 2023-2027, así como los principales grupos destinatarios, son los siguientes:

OBJETIVO	DESTINATARIOS PRINCIPALES
O.1.- Dar a conocer las posibilidades que ofrece el plan estratégico de la PAC y las modalidades de acceso a su financiación	Beneficiarios potenciales Organizaciones profesionales agrarias Interlocutores económicos y sociales Organizaciones medioambientales Organismos dedicados a la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres Otras organizaciones no gubernamentales interesadas
O.2.- Dar publicidad a las ayudas de la Unión Europea a la agricultura y el desarrollo rural mediante el plan estratégico de la PAC	Público en general Agricultores y ganaderos Otros beneficiarios
O.3.- Informar de las obligaciones que comporta la concesión de las ayudas financiadas por la UE en el marco del PEPAC, así como de los requisitos relativos al suministro de datos relativos a las realizaciones y resultados obtenidos	Agricultores y ganaderos Otros beneficiarios Organismos que participen en la ejecución del plan
O.4.- Informar de forma clara y precisa sobre los requisitos y las normas mínimas establecidos en relación con la condicionalidad medioambiental y la condicionalidad social, a efectos de su aplicación en las explotaciones	Agricultores y ganaderos Otros beneficiarios
O.5.- Dar visibilidad a la ayuda financiera recibida a través del Feader	Beneficiarios de intervenciones a cargo del Feader distintas de las intervenciones relacionadas con las superficies y los animales (no asimiladas al SIGC)
O.6. Posibilitar el examen de la ejecución de acciones de comunicación y visibilidad por parte del comité de seguimiento	Comité de seguimiento

### III. TIPOS DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS DE DIFUSIÓN

---

---

En este apartado se enumeran una serie de acciones de comunicación cuya realización contribuye a alcanzar los objetivos descritos anteriormente. No pretende ser una lista cerrada ni exhaustiva, sino servir de orientación a la autoridad de gestión a la hora de decidir sobre la mejor manera de dar cumplimiento a sus responsabilidades en esta materia.

- Creación y actualización continua de un **portal de internet** en el que se publique todo tipo de información acerca del plan estratégico, organizada de forma ordenada de manera que permita un fácil acceso y localización de los diferentes contenidos y temáticas.
- Edición y publicación de **materiales divulgativos** que recojan de forma didáctica y simplificada el contenido del plan estratégico. Esta actividad podrá consistir en la elaboración de infografías, resúmenes no técnicos, etc.
- Publicación en **boletines oficiales** de las bases reguladoras y convocatorias de las ayudas de la PAC, dándoles la máxima difusión también por otros medios.
- Elaboración y publicación de documentos de **preguntas y respuestas más frecuentes** en relación con la solicitud, la tramitación y el cumplimiento de los requisitos para el acceso a las ayudas contempladas en el plan.
- Edición y puesta a disposición de los beneficiarios potenciales de **guías** sobre el procedimiento a seguir para acceder a las ayudas, informando de aspectos como las condiciones de acceso, la descripción del proceso de examen de solicitudes, los criterios de selección y evaluación de los proyectos que solicitan ser financiados, la responsabilidad de los beneficiarios de informar al público acerca del apoyo recibido del Feader, así como el compromiso de cesión de los datos necesarios para las tareas de seguimiento y evaluación.
- Edición y puesta a disposición de los beneficiarios de guías sobre el procedimiento a seguir una vez han accedido a las ayudas, informando de aspectos como la justificación de la ayuda, la solicitud del pago u otras obligaciones asociadas.
- Organización de **cursos y jornadas formativas** sobre el plan estratégico, especialmente dirigidos a dar a conocer las características de las ayudas que contiene, incluyendo la “formación a formadores” para conseguir que esta actividad tenga un efecto multiplicador.



- Organización de **eventos** que den a conocer el Plan Estratégico, así como participación en eventos organizados por otros agentes vinculados al Plan con esa misma finalidad.
- Realización de **campañas de divulgación y publicidad** en medios de comunicación, preferiblemente con implantación en el ámbito rural.
- Participación en **jornadas y ferias** relacionadas con el sector agroalimentario y el medio rural a través del desarrollo de distintas actividades, como la colocación de stands, la realización de presentaciones y la distribución de material divulgativo relacionado con el plan estratégico.
- Publicación de **notas de prensa** en momentos puntuales en los que tenga lugar un hecho significativo en el desarrollo del plan, o bien de **boletines de noticias** periódicos, para dar difusión a las noticias más relevantes relacionadas con el plan, sus medidas y sus resultados.
- Apertura y mantenimiento de cuentas de **correo electrónico** para que los ciudadanos mantengan un contacto directo con las administraciones competentes en la planificación y la ejecución del Plan Estratégico.
- Redacción y creación de material de difusión a través de las **redes sociales oficiales**. Las redes sociales servirán como herramienta de difusión y comunicación, para ello se crearán contenidos específicos adaptados a cada una de ellas.
- Desarrollo de **aplicaciones** (apps) para móviles y otros dispositivos electrónicos que faciliten el acceso a la información relacionada con el plan, en particular, sobre el estado de tramitación de las solicitudes de ayuda.
- Actividades de información a través del **Comité de Seguimiento**, ya que su composición reúne a buena parte de los principales destinatarios de la comunicación y ofrece una oportunidad óptima para difundir todo lo relacionado con el contenido y la ejecución del plan.
- La **Red nacional de la PAC** como plataforma de participación y difusión que es, ofrece una oportunidad inmejorable para dar visibilidad al plan y canalizar la información sobre el mismo a las partes interesadas y la sociedad en su conjunto. A este respecto se incluye una mención específica en el apartado V.

#### IV. CONSIDERACIONES GENERALES EN RELACIÓN CON LA EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD

---

---

Las actividades de comunicación se desarrollan en tres grandes etapas, en paralelo al grado de desarrollo del plan estratégico:

- Una fase preliminar, que comprende tanto la elaboración como la **presentación del plan**, una vez ha sido aprobado por la Comisión Europea. Las actividades de comunicación durante esta fase se orientan a conseguir la máxima difusión del Plan y mejorar su conocimiento por parte del público en general y de los interesados en particular.
- Una fase intermedia, que abarca la **ejecución del plan** donde se persigue mantener el máximo nivel de información sobre las diferentes intervenciones que lo conforman, facilitar el acceso a la financiación a los potenciales beneficiarios y asegurar una gestión transparente de las ayudas. En esta fase, se tendrá especialmente en cuenta la necesidad de divulgar las sucesivas modificaciones del plan que se aprueben y las principales novedades que incorporan.
- A medida que avance el progreso en la ejecución del PEPAC se dispondrá de información acerca de **el alcance y los resultados** obtenidos por el plan, así como de la efectividad de las actividades de información y publicidad. Durante este periodo, mediante las distintas acciones de comunicación, se informará al público sobre los resultados alcanzados.

Anualmente, la autoridad de gestión realizará una **planificación<sup>4</sup> de las acciones de comunicación** que pretende llevar a cabo con antelación suficiente, de acuerdo con los requisitos que establece la normativa al respecto y teniendo en cuenta las necesidades de información detectadas. La planificación incluirá una **estimación del presupuesto**. Cuando las acciones sean cofinanciadas a través del Feader, se ejecutarán con cargo a la medida de asistencia técnica del Plan Estratégico.

---

<sup>4</sup> Punto 1.1 del anexo III sobre “Requisitos de información, publicidad y visibilidad” del Reglamento de Ejecución (UE) 2022/129 de la Comisión, de 21 de diciembre de 2021, por el que se establecen normas en materia de información, publicidad y visibilidad, entre otros.

El **calendario** de realización de las acciones de comunicación tendrá especialmente en cuenta que los potenciales beneficiarios reciban la información relevante sobre cada convocatoria en tiempo útil, de forma que se facilite su acceso a las ayudas.

En cuanto al **contenido y los mensajes** de la comunicación, éstos incidirán preferentemente en aquellos aspectos que supongan una novedad respecto a anteriores convocatorias, o que presenten una mayor complejidad.

En la preparación y ejecución de las acciones se respetará **el principio de igualdad de oportunidades**, tomándose medidas para evitar cualquier discriminación por razón de sexo, raza u origen étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual, así como estableciendo criterios objetivos y no discriminatorios para el acceso de los participantes a las acciones que cuenten con una capacidad limitada. Igualmente, las actividades de información y publicidad emplearán un lenguaje e imágenes **respetuosas con las diferentes sensibilidades**.

En la medida de lo posible, se tomarán medidas para **facilitar el acceso a la información a las personas con discapacidad**, tales como la edición de materiales en formatos accesibles, el empleo de subtítulos en los audiovisuales, la locución de las publicaciones y de las actividades que se basen en emisión de imágenes y el empleo de programas de lectura de texto (TTS) que permitan convertir el texto digital a voz sintetizada a través del programa informático adecuado.

De cara a la justificación del cumplimiento de las obligaciones en materia de comunicación, se dejará constancia de la realización de cada una de las acciones efectuadas, a modo de **“pista de auditoría”**, conservando medios de prueba (adaptados a cada caso) que permitan demostrar la correcta ejecución de las acciones y que den una idea de su alcance y sus resultados. La autoridad de gestión será la responsable de recopilar y custodiar la información relativa a las acciones realizadas. Esta información resultará de utilidad, además, para disponer de datos para el cálculo de indicadores y otra información necesaria para el adecuado seguimiento de las acciones de comunicación y visibilidad, tal y como se recoge en el apartado VI.

Al final de cada ciclo anual, la autoridad de gestión hará **balance de la actividad desarrollada**, analizará en qué medida la planificación de la comunicación ha resultado adecuada y ha logrado sus objetivos y, en su caso, tomará nota de las posibilidades de mejora en sucesivas anualidades. Dicho balance incluirá, además, medidas de seguimiento conforme a lo establecido en el apartado VI.

## V. EL PAPEL DE LA RED NACIONAL DE LA PAC

---

---

Las funciones y tareas a desarrollar por la Red nacional de la PAC aparecen descritas en el reglamento de los planes estratégicos.

En primer lugar, según el apartado I del artículo 126 (*Redes nacional y europea de la PAC*) del citado reglamento, se establece que **cada Estado miembro establecerá una Red nacional de la PAC** para la colaboración entre organizaciones y administraciones, asesores, investigadores y otros agentes de innovación, así como otros agentes en el ámbito de la agricultura y el desarrollo rural a nivel nacional, a más tardar doce meses después de la aprobación por parte de la Comisión del plan estratégico de la PAC (en el caso de España fue el pasado 31 de agosto de 2022). Asimismo, las redes nacionales de la PAC se basarán en las prácticas y la experiencia existentes en actividades de colaboración en redes en los Estados miembros.

En particular, en el caso de España, la Red nacional de la PAC depende de la Subdirección General de Planificación de Políticas Agrarias del MAPA.

Por otro lado, la Red nacional de la PAC colaborará con la Red europea de la PAC, para el cumplimiento de los objetivos y tareas descritas en los apartados 3 y 4 respectivamente, del artículo 126 del citado reglamento.

En concreto, **en materia de comunicación e información:**

- Los **objetivos** a cumplir por la Red nacional de la PAC son los siguientes (artículo 126.3):

d) contribuir a la información del público y los beneficiarios potenciales acerca de la PAC y las oportunidades de financiación;

g) contribuir a la difusión de los resultados de los planes estratégicos de la PAC.

- En cuanto a las **tareas** a desarrollar por la Red nacional de la PAC, se destacan las siguientes (artículo 126.4):

a) recogida, análisis y difusión de información sobre acciones y buenas prácticas aplicadas o subvencionadas mediante los planes estratégicos de la PAC, así como análisis de la evolución en el ámbito de la agricultura y las zonas rurales en relación con los objetivos específicos y el objetivo transversal del plan estratégico;

d) recogida de información y facilitación de su difusión, así como la colaboración en red de estructuras y proyectos financiados, tales como los grupos de acción local mencionados en el artículo 33 del Reglamento (UE) 2021/1060, los grupos

operativos de la AEI a que se refiere el artículo 127. 3, del Reglamento de los planes estratégicos, y estructuras y proyectos equivalentes.

Por tanto, para el cumplimiento de estos objetivos y tareas, **desde la Red nacional de la PAC**, y de acuerdo con sus planes de acción y comunicación, **se difundirán los siguientes contenidos:**

- Información sobre la Red nacional de la PAC y sus acciones: talleres, cursos, grupos de trabajo, jornadas de puertas abiertas, intercambios de experiencias...; memorias de buenas prácticas de temáticas prioritarias para el sector agroalimentario y el desarrollo rural; material audiovisual de la Red nacional de la PAC; elaboración de dossiers de Grupos Operativos y grupos focales...
- Información general sobre la PAC y el Plan Estratégico de la PAC y sus intervenciones, en los ámbitos de los pagos directos, sectoriales y para el desarrollo rural.
- Información relevante sobre el sector agrario, el medio rural y la innovación y digitalización en estos ámbitos.
- Eventos y formaciones que se consideren de interés para los objetivos de la Red nacional de la PAC.
- Preguntas o encuestas para recabar información sobre ciertos temas que se consideren de interés.
- Convocatorias de ayudas de la PAC y de otras ayudas a la innovación y digitalización en el sector agroalimentario.
- Buenas prácticas en el sector agrario y el medio rural.
- Resultados e hitos del proceso de seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de la PAC.
- Estudios y otra documentación de interés tanto para la Red nacional de la PAC, como para participantes de la misma o para otras redes.

Todos estos contenidos citados anteriormente se difundirán a través de las **herramientas de comunicación de la Red nacional de la PAC**, que son las citadas a continuación:

- [Página web](#)
- [Revista](#)
- [Boletín](#) de noticias, como instrumento para la difusión de noticias, eventos y trabajos que realice la RRN/Red nacional de la PAC en el ámbito nacional e internacional.
- Redes sociales ([Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) y [canal YouTube](#))

Por último, los destinatarios de toda la información recibida a través de los canales de comunicación de la Red nacional de la PAC, son los recogidos en el punto II del presente documento.

## VI. SEGUIMIENTO DE LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD

---

---

El establecimiento de un sistema de seguimiento de las acciones de comunicación se basa en la conveniencia de evaluar sus resultados y de analizar en qué medida se están alcanzando los objetivos pretendidos. De esta forma, en caso necesario, se podrá reconducir la actividad de comunicación para mejorar sus efectos y logros.

A continuación, se relacionan una serie de **indicadores de seguimiento** considerando los tipos de acciones enumerados en el apartado III, cuyo cálculo resulta relativamente sencillo a partir de la información recopilada sobre cada una de las acciones desarrolladas, de acuerdo con el apartado IV.

- Número de portales de internet con apartados específicos sobre el Plan Estratégico de la PAC, así como indicadores que den una idea de su repercusión, como el número de visitas a dichos apartados, o el número de descargas de sus documentos.
- Número de materiales divulgativos editados y publicados (infografías, resúmenes no técnicos, etc.) y su tirada o el número de descargas si están disponibles en un sitio web.
- Número de publicaciones en boletines oficiales.
- Número de documentos de preguntas y respuestas más frecuentes y periodicidad con la que se actualizan los mismos.
- Número de guías informativas editadas.
- Número de cursos y jornadas formativas impartidos, número de participantes y valoración de los mismos en base a encuestas de satisfacción entre los asistentes.
- Número de eventos y actos públicos realizados, con indicación de su alcance y relevancia.
- Número de eventos y actos públicos organizados por otros agentes en los que ha participado la autoridad de gestión.
- Número de campañas de divulgación y publicidad realizadas.

- Número de jornadas y ferias que han contado con la participación de la autoridad de gestión y número y tipo de actividades realizadas (stands, presentaciones, distribución de material, etc.).
- Número de notas de prensa y/o boletines de noticias publicados.
- Número de consultas externas recibidas y atendidas a través de correo electrónico.
- Número de publicaciones en redes sociales oficiales.
- Número de aplicaciones desarrolladas y número de usuarios de las mismas.

Este tipo de indicadores consiguen dar una idea, en términos cuantitativos, de la actividad de comunicación desarrollada a lo largo del año. Para un seguimiento completo estos datos se complementan con otra información descriptiva acerca de su vínculo con los objetivos de la comunicación, su alcance y trascendencia, así como cualquier incidencia ocurrida o cuestión reseñable relativa al desarrollo de las actuaciones.

## VII. OTRAS OBLIGACIONES EN MATERIA DE PUBLICIDAD Y TRANSPARENCIA

---

---

Por otra parte, el reglamento de los planes estratégicos también establece una serie de obligaciones de publicidad y transparencia respecto del seguimiento de los resultados y del rendimiento del plan:

- Publicación del reglamento interno del **comité de seguimiento**, el listado de sus miembros y los dictámenes que emita.
- Puesta a disposición del público de los **informes anuales del rendimiento**, así como de un resumen de su contenido para los ciudadanos.
- Presentación del **plan de evaluación** al comité de seguimiento, a más tardar un año después de la adopción del Plan Estratégico de la PAC, y puesta a disposición del público de las evaluaciones realizadas durante el período de ejecución del Plan y con posterioridad a este.
- Difusión, por parte de **los grupos operativos de la Asociación Europea para la Innovación en materia de Productividad y Sostenibilidad Agrícolas (AEI)**, de un resumen de sus planes y de los resultados de sus proyectos, en particular a través de la red nacional de la PAC.

La autoridad de gestión, en el ámbito de su responsabilidad, velará porque se dé debido cumplimiento a estas obligaciones.

## VIII. COORDINACIÓN Y REPORTE A LA AUTORIDAD DE GESTIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA

---

---

El **Órgano de Coordinación del Plan Estratégico** velará por que la actuación de la autoridad de gestión del Plan Estratégico y de las autoridades regionales de gestión en materia de comunicación y visibilidad se lleve a cabo de una manera coherente y coordinada.

Cada año, las autoridades regionales de gestión remitirán a la autoridad de gestión del Plan Estratégico la documentación siguiente:

- I. Su **planificación anual**, de acuerdo con lo descrito en el apartado IV, indicando, al menos, la siguiente información:
  - Acciones que se tiene previsto realizar y su vinculación con los objetivos enumerados en el apartado II, así como su público destinatario;
  - Calendario aproximado de realización;
  - Presupuesto indicativo y en qué medida se financiará con cargo a la asistencia técnica del Plan Estratégico;
  - Cualquier otra información que se considere relevante.

La planificación anual tendrá especialmente en cuenta aquellas acciones obligatorias en materia de comunicación que se derivan de la aplicación de la normativa comunitaria, de acuerdo con lo expuesto en el apartado I.

- II. El **balance de la actividad de comunicación** desarrollada, al término de cada anualidad, que contenga, al menos:
  - Acciones realizadas y su vinculación con los objetivos enumerados en el apartado II, así como su público destinatario;
  - Desviaciones respecto a la planificación anual, incluyendo el calendario y el presupuesto, y su justificación;
  - Indicadores de seguimiento seleccionados y el valor que han alcanzado, así como la información descriptiva complementaria del seguimiento, a la que hace referencia el apartado VI;
  - Cualquier otra información que se considere relevante.



El balance dará cuenta especialmente de aquellas acciones de comunicación que dan respuesta a los requisitos obligatorios que se derivan de la aplicación de la normativa comunitaria, de acuerdo con lo expuesto en el apartado I.

- III. Una **confirmación de que se ha dado cumplimiento** a las demás obligaciones en materia de publicidad y transparencia bajo su responsabilidad, a que se refiere el apartado VII, así como de que los beneficiarios de intervenciones a cargo del Feader han publicitado la ayuda recibida, en los términos establecidos en el reglamento de ejecución (UE) 2022/129, o, en caso contrario, informará de las incidencias ocurridas y las medidas adoptadas para subsanarlas.

Además, las autoridades regionales de gestión mantendrán informada a la autoridad de gestión del Plan Estratégico acerca de las **convocatorias de ayudas para el desarrollo rural** financiadas por el Feader que publiquen. Para ello, remitirán a la Subdirección General de Programación y Coordinación, de la Dirección General de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria del MAPA la siguiente información tan pronto como esté disponible:

- Título de la convocatoria;
- Nº Boletín oficial en el que se ha publicado;
- Fecha de publicación;
- Tipo de intervención (artículo correspondiente del reglamento (UE) 2021/2115 de los planes estratégicos);
- Código de intervención del Estado miembro (coincidente con la aplicación informática PROPAC);
- Nombre de la intervención (el que le asigne la comunidad autónoma, coincidente con la aplicación informática PROPAC);
- Enlace a la web de la comunidad autónoma donde está publicada la convocatoria.

La autoridad de gestión del Plan estratégico dará publicidad a estas convocatorias a través del portal de internet de la Red nacional de la PAC.

Igualmente, la autoridad de gestión del Plan estratégico elaborará esta documentación en relación con las acciones de comunicación que lleve a cabo, con las otras obligaciones de publicidad y transparencia de su ámbito y con la convocatoria de las ayudas para el desarrollo rural de ámbito supra autonómico.