



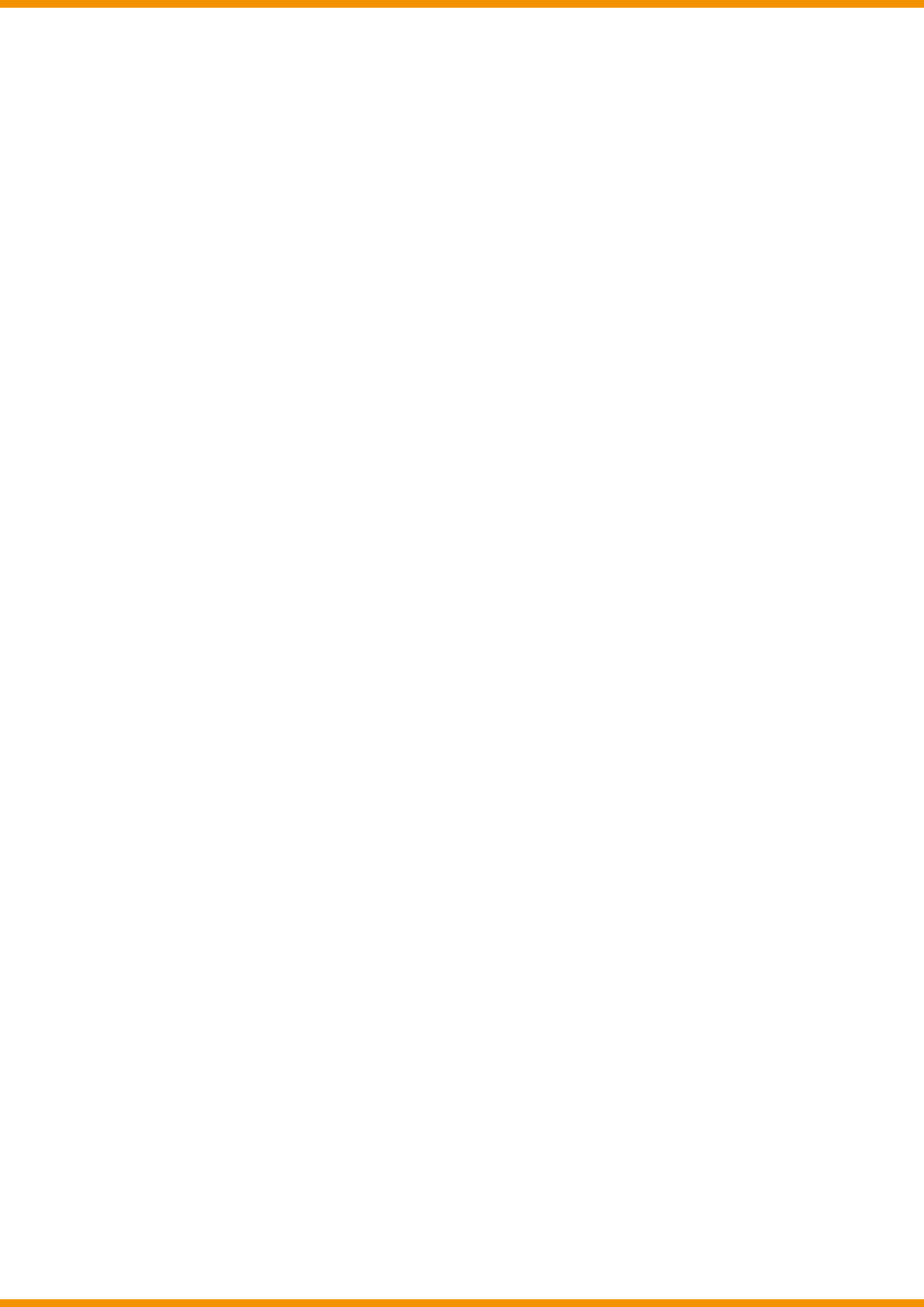
CUADERNOS DE TRABAJO

Aplicación e influencia de la normativa en materia de Información y Comunicación, y de sus estrategias de actuación derivadas, en el desarrollo del Programa LEADER de ayudas al emprendimiento rural en las comarcas de: Valle del Alberche, Tierra de Pinares, Valle de Amblés y Sierra de Ávila

Alejandro Crespo Pérez
Tutora: Rosa de la Fuentes

Grado en Gestión y Administración Pública
CT 07/2016





Índice

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 5 |
| 1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO | 5 |
| 1.2. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL AL OBJETO DE ESTUDIO | 6 |
| 1.3. OBJETIVOS DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO | 6 |
| 1.4. METODOLOGÍA | 7 |
| 1.5. ESTRUCTURA Y CONTENIDOS GENERALES | 7 |
| 2. ESTUDIO DEL MARCO NORMATIVO Y TERRITORIAL | 9 |
| 2.1. EL MARCO NORMATIVO | 9 |
| 2.1.1. La Unión Europea, territorio rural | 9 |
| 2.1.2. La iniciativa europea LEADER | 10 |
| 2.1.3. LEADER en Castilla y León: periodo de programación 2007-2103..... | 11 |
| 2.2. INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA NORMATIVA REGIONAL Y COMUNITARIA SOBRE DESARROLLO RURAL..... | 13 |
| 2.3. MARCO TERRITORIAL: ZONA OBJETO DE ESTUDIO | 14 |
| 3. ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS: RESULTADOS Y PER- CEPCIÓN DEL PÚBLICO | 17 |
| 3.1. ESTUDIO DE OPINIÓN SOBRE EL TRABAJO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA LEADER DESARROLLADO EN EL PERIODO 2007-2013 POR EL Gal FUNDACIÓN ASOCIO | 17 |
| 3.1.1. Características técnicas del estudio de opinión | 17 |
| 3.1.2. Interpretación del estudio de opinión: conclusiones | 19 |
| 3.2. ENTREVISTA A LA GERENTE DEL GRUPO ASOCIO | 20 |
| 3.2.1. Principales datos obtenidos de la entrevista | 20 |
| 3.3. ANÁLISIS DE LAS ACCIONES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE la FUNDA- CIÓN ASOCIO EN EL MARCO DEL PROGRAMA LEADER..... | 20 |
| 4. CONCLUSIONES | 23 |
| 5. BIBLIOGRAFÍA | 25 |
| 6. ANEXOS..... | 26 |

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

La elección del tema para la realización de este TFG tiene su explicación en mi origen familiar y en una experiencia personal que tuve hace unos años, precisamente cuando comenzaba mis estudios de Gestión y Administración Pública en 2012.

Mi familia materna es originaria de la localidad abulense de San Miguel de Serrezuela, situada en la comarca de la Sierra de Ávila, al noroeste de esta provincia, lindante con la provincia de Salamanca. Desde hace cuatro generaciones la familia ha regentado la panadería de San Miguel (una localidad en declive demográfico que en 1920 llegó a contar con 1.116 habitantes frente a los 141 de 2014)¹, dando un servicio básico a los vecinos y visitantes. La panadería tuvo que ser cerrada hace cuatro años ya que la Junta de Castilla y León exigió que se instalase distinta maquinaria para poder continuar con el negocio, y ante la imposibilidad de llevar a cabo esta exigencia porque suponía una inversión elevada y no podía acceder a ayudas (o en todo caso no fue informado en este sentido), el dueño del negocio (un tío-abuelo mío), optó por jubilarse y cerrar la panadería, dejando al pueblo sin este importante servicio.

Esto me planteó la siguiente cuestión: si durante casi un siglo el negocio había prestado un servicio al pueblo sin ninguna incidencia conocida en materia de salubridad, las actuales exigencias a su propietario para continuar con el negocio y la ausencia de información sobre posibles ayudas para asumirlas tuvieron, como resultado último, un efecto negativo para la población (a quien la acción administrativa debe proteger y favorecer), como fue el cierre de la panadería y, por tanto, la pérdida para el pueblo de un servicio muy necesario.

Entonces me surgió una pregunta: en última instancia, ¿no habría sido más beneficioso para el pueblo que la Junta de Castilla y León, u otro organismo, ofreciese a este empresario una serie de incentivos o facilidades para que pudiese continuar prestando al pueblo sus servicios, en vez de exigirle unas inversiones imposibles de cumplir porque el volumen del negocio no lo permitía? Visto el desenlace de este caso, el resultado final de una aplicación normativa, sin comunicar al interesado la posibilidad de incentivos o ayudas, fue que el pueblo perdió su panadería y ahora debe ser abastecido por otro panadero de un municipio que dista 27 kilómetros de éste, con lo que esto supone en una zona rural de media montaña (retrasos por las condiciones climáticas del invierno, carencias de producto por el aumento de la población en verano, personas mayores que no pueden salir de casa a la hora que llega el panadero en su furgoneta y dependen de que un vecino les compre el pan, etcétera). En definitiva: ¿podemos pensar que la calidad de vida de los vecinos se ha visto mermada por una decisión administrativa que pretendía garantizar las condiciones adecuadas de fabricación del pan?

Tomando como base esta experiencia personal, el hecho relatado da pie a formular una serie de preguntas a la que se dará respuesta con la realización de este Trabajo:

- a). ¿Existe una estrategia global de información y comunicación suficiente, impulsada desde la Unión Europea, adaptada por el Gobierno regional de Castilla y León y seguida por las asociaciones comarcales que gestionan las ayudas europeas, en materia de ayudas al desarrollo rural?
- b). ¿Se pierden ayudas públicas, y por tanto posibilidades de emprendimiento y desarrollo en el medio rural, por una posible falta de eficacia en la estrategia de información y comunicación de las ayudas y subvenciones disponibles?

¹ Instituto Nacional de Estadística (INE). *Padrón Municipal 2014*.

- c). ¿Existen **líneas** o acciones de información y comunicación propias y adaptadas en la zona tomada como objeto de estudio sobre ayudas e incentivos al mantenimiento, mejora y desarrollo de empresas en el medio rural, como exige la normativa? Si es así, ¿cuáles son?, ¿qué resultados obtienen? En caso de respuesta negativa a estas cuestiones, ¿cuáles son las causas y qué influencia tienen en el balance final del Programa LEADER en esa zona?

1.2. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL AL OBJETO DE ESTUDIO

Las ayudas públicas al desarrollo rural en Castilla y León (comunidad autónoma a la que pertenecen las comarcas de Valle del Alberche, Tierra de Pinares, Valle de Amblés y Sierra de Ávila, objeto de estudio en este Trabajo), se articulan a través de los Grupos de Acción Local (Gal), entidades privadas formadas por ayuntamientos, agentes económicos y sociales (sindicatos, asociaciones profesionales, asociaciones locales y culturales), pequeñas y medianas empresas y personas a título individual, de un determinado territorio. Los Grupos reciben una asignación global de fondos públicos que deben emplear en ayudas al desarrollo rural durante periodos de seis años en sus respectivos territorios de actuación. El mayor porcentaje de estas partidas de dinero público (80%), procede del **Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER)**; el 20% restante procede de fondos nacionales (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural), regionales (Junta de Castilla y León) y provinciales (Diputación). La asignación de los fondos públicos a los territorios de la región no es homogénea y el reparto se lleva a cabo en función de distintos factores. En la zona de estudio, el Grupo de Acción Local encargado de gestionar estas ayudas en el periodo 2007-2013 fue la **Fundación Asocio**, con sede en C/ Comandante Albarrán nº 8, 1º Izda. - Ávila.²

² Actualmente, este Grupo de Acción Local ya no existe como tal para la gestión del siguiente Programa de Desarrollo Rural 2014-2020.

El Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León (PDR) 2007-2013³ presentaba una *Estrategia de información y comunicación*⁴ acorde con las directrices establecidas en el Reglamento (CE) nº 1698/2003 del Consejo de la Unión Europea, de 20 de septiembre de 2005, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER). Analizaremos el contenido de dicha *Estrategia* e intentaremos determinar en qué grado y con qué resultados se ha aplicado en la zona estudiada durante el periodo de vigencia.

El PDR citado, siguiendo la estrategia planteada en el reglamento comunitario, dejaba **libertad de actuación** a los Grupos de Acción Local para que lleven a cabo otras acciones en materia informativa y de comunicación dentro de sus respectivos territorios. Por tanto, repasaremos cuáles se han llevado a cabo en la zona de estudio y qué grado de eficacia han alcanzado.

Por último, hemos sondeado **la percepción y opinión** sobre la eficacia de esta política de información y comunicación con los destinatarios (y verdaderos protagonistas) del desarrollo rural en la zona: los **empresarios y emprendedores** locales.

1.3. OBJETIVOS DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

El objetivo del TFG es **determinar la validez de las hipótesis** derivadas de las interrogantes que aparecen los apartados a), b) y c) del epígrafe 1 del presente Capítulo, estudiando las acciones de infor-

³ Junta de Castilla y León, 2013. *Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2007/2013. Versión 8 (septiembre 2015), Tomo I*. Disponible en: http://www.agriculturaganaderia.jcyl.es/web/jcyl/AgriculturaGanaderia/es/Plantilla100/1185746059889/_/_/ Páginas 456 – 460. [Consulta: 2 de junio de 2016].

⁴ La estrategia de comunicación es la herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la organización va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado. Disponible en <http://www.bolunta.org/manual-comunicacion/comunicacion-4-1.asp> [Consulta: 1 de junio de 2016].

mación y comunicación de un Grupo de Acción Local y sus resultados durante el periodo 2007-2013. Estas hipótesis se formulan de la siguiente forma:

- a). Existen normativas comunitarias y regionales que determinan una verdadera «Estrategia de información y comunicación» del Programa LEADER de Desarrollo Rural.
- b). El Grupo de Acción Local tomado como muestra para el TFG aplica y adapta adecuadamente la normativa y sus estrategias derivadas en su territorio de actuación.
- c). Si esas estrategias de información y comunicación no se desarrollan adecuadamente, se pierden oportunidades de desarrollo en el medio rural.

Mediante la realización del presente Trabajo, se pretende también **ofrecer propuestas** que puedan, en su caso, ayudar a corregir en futuras fases de los programas de desarrollo rural en esta zona, u otras de similares características, los posibles defectos detectados en las actuales estrategias de información y comunicación de las políticas de ayudas públicas y en la manera de aplicarlas por los Grupos de Acción Local.

1.4. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente Trabajo y la consecución de los Objetivos planteados se han llevado a cabo las siguientes acciones metodológicas:

- a). Estudio y análisis de la normativa en la materia general «*Desarrollo Rural*» y en la específica «*Información y Comunicación sobre Desarrollo Rural*».
- b). **Análisis crítico** de la ejecución de esas estrategias normativa en un territorio concreto de Castilla y León: acciones desarrolladas, resultados y percepción del público.

- c). **Entrevistas con los responsables** de aplicar estas acciones estratégicas en el territorio de estudio (gestores de un Grupo de Acción Local).
- d). Realización de **encuestas personales y telefónicas** a los empresarios del territorio.

La **bibliografía, documentación y fuentes** consultadas tienen validez científica y plena relación con el tema tratado. Su relación figura en el Capítulo correspondiente.

1.5. ESTRUCTURA Y CONTENIDOS GENERALES

- a). Marco normativo y territorial (Capítulo II)

- La política comunitaria de Desarrollo Rural.
- El Desarrollo Rural en Castilla y León durante el periodo 2007-2013: Programa LEADER.
- Identificación y características del territorio objeto de estudio.
- Identificación del agente local para el desarrollo del Programa LEADER: La Fundación Asocio de Ávila.

- b). Estudio de las estrategias y acciones desarrolladas en la zona (Capítulo III)

- Explicación y resultados de las entrevistas, encuestas y trabajo de campo efectuado en el territorio sobre la línea estratégica y acciones desarrolladas en las materias de información y comunicación por el Grupo Fundación Asocio en el marco del Programa LEADER, periodo 2007-2013. .

- c). Conclusiones (Capítulo IV)

- Respuesta a los Objetivos planteados en el Trabajo.
- Aportación de posibles soluciones a los problemas y deficiencias detectados.

d). Bibliografía

e). Anexos

- Estudio de opinión realizado entre empresarios de la zona.
- Cuestionario a la gerente de la Fundación Asocio.
- Acciones de Información y Comunicación de la Fundación Asocio.
- Relación de imágenes del territorio:
 - Medio natural.
 - Proyectos de desarrollo.

2. ESTUDIO DEL MARCO NORMATIVO Y TERRITORIAL

En este capítulo repasaremos en primer lugar las **normativas europea y de Castilla y León** que determinan cómo se debe llevar a cabo la ejecución de los programas de desarrollo rural. Teniendo en cuenta el objeto del presente TFG, haremos hincapié en los epígrafes normativos referidos a la Información y la Comunicación.

En segundo lugar explicaremos las principales **características del territorio** objeto de estudio, las comarcas abulenses de Valle del Alberche, Tierra de Pinares, Valle de Amblés y Sierra de Ávila.

2.1. EL MARCO NORMATIVO

2.1.1. La Unión Europea, territorio rural

El 56% de los habitantes de los 27 países miembros de la Unión Europea vive en **zonas rurales**. Estas zonas ocupan el 91% del territorio de la Unión⁵ y aportan -además de materias primas esenciales de procedencia agrícola, forestal y geológica-, sostenibilidad ambiental (agua, bosques, oxígeno, biodiversidad...), espacios de ocio, variedad paisajística y riqueza cultural y patrimonial.

En estas zonas rurales los **ingresos medios per cápita son más bajos** en comparación con los percibidos en las zonas intermedias y urbanas. El nivel y disponibilidad de servicios a la población (educación, sanidad, acceso a las TIC, ocio), es menor. Asimismo, es **más baja la cualificación** de sus habitantes (lo que se conoce como «*descapitalización intelectual*»). Son **más altas las tasas de envejecimiento y masculinización** y la **despoblación** de las zonas rurales es un hecho grave que aún persiste en el primer tercio del siglo XXI, como lo es también el **descenso de competitividad** de las empresas que radican en ellas.

⁵ Datos obtenidos en http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_es.htm

[Consulta: 3 de junio de 2016].

La Unión Europea decidió a principios de la década anterior que la política de desarrollo rural se iba a convertir, durante el período de programación 2007-2013, en el segundo pilar de la Política Agraria Común (PAC). Para ello adoptó una **política común** para todos sus países miembros de cara a combatir el declive que sufren las zonas rurales. Respecto al sexenio 2007-2013, la normativa comunitaria de referencia es el **Reglamento (CE) nº 1698/2005** del Consejo, de 20 de septiembre de 2005, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural FEADER⁶. Los **objetivos** del desarrollo rural europeo durante el periodo de programación comprendido entre el 1 de enero de 2007 y el 31 de diciembre de 2013 se resumen en:

- a). Aumentar la **competitividad** de la agricultura y la silvicultura mediante la ayuda a la reestructuración, el desarrollo y la innovación;
- b). Mejorar el **medio ambiente** y el medio rural mediante ayudas a la gestión de las tierras;
- c). Mejorar la **calidad de vida** en las zonas rurales y fomentar la diversificación de la actividad económica.

Los conceptos clave que recoge el Reglamento son:

- «*Complementariedad*»: El FEADER complementa las acciones de desarrollo nacional y regional de los Estados.
- «*Coherencia*»: con los objetivos generales de la Unión y sus diferentes normativas.
- «*Cooperación*»: La ayuda del FEADER se prestará a través de una estrecha concertación entre la Comisión, el Estado miembro y las autoridades.

⁶ Documento íntegro del Reglamento nº 1698/2005 disponible en:

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005R1698&from=ES>

[Consulta: 3 de junio de 2016].

des y los organismos designados por el Estado miembro, con inclusión de: las autoridades regionales y locales competentes y demás autoridades públicas; los agentes económicos y sociales; cualquier otro organismo apropiado que represente a la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales, incluidas las del ámbito medioambiental, y organismos dedicados al fomento de la igualdad entre hombres y mujeres. Los Estados elaboran sus propios Programas de Desarrollo Rural; en el caso español, las comunidades autónomas incluyen en su propios Programas las medidas horizontales del Marco Nacional, complementadas con medidas específicas que responden a las diferentes situaciones regionales.

2.1.2. La iniciativa europea LEADER

En su considerando 47, el Reglamento nº 1698/2005 indica que «es necesario apoyar otras medidas relativas a la economía rural en términos más generales. La lista de medidas debe establecerse a partir de la experiencia de la iniciativa LEADER y habida cuenta de las necesidades multisectoriales en materia de desarrollo rural endógeno». La iniciativa europea LEADER (siglas del francés *‘Liaison entre Actions de Développement Rural’*, ‘Relaciones entre actividades de desarrollo rural’), se puso en marcha en el año 1991 con el objetivo principal de propor-

cionar a los núcleos rurales de la UE los instrumentos necesarios para **desempeñar un papel activo** en la creación de su propio futuro, mediante el siguiente enfoque: (*ver Ilustración 1*)

La iniciativa presenta un enfoque «*ascendente*», lo que significa que las partes interesadas a escala local participan en la toma de decisiones sobre la estrategia y selección de las prioridades que se vayan a fijar en su zona. En definitiva, esta iniciativa permite a los Estados de la UE acceder a la financiación comunitaria proveniente de los fondos FEADER y reglamenta quién y cómo debe llevar a cabo las acciones de desarrollo rural.

Respondiendo a la pregunta de *‘¿quién es el protagonista del desarrollo rural europeo?’*, la iniciativa LEADER determina que deben serlo **los agentes locales**, públicos y privados, de cada zona. Estos agentes (ayuntamientos, empresas, sindicatos, asociaciones, incluso particulares), deben constituir una asociación denominada **Grupo de Acción Local (Gal)**, a la que corresponde elaborar y aplicar una **estrategia de desarrollo local multisectorial**, adoptar **decisiones** sobre la asignación de sus re-

⁷ *El enfoque LEADER. Guía básica.* Comisión Europea. Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 2006. ISBN 92-79-02045-5.



Ilustración 1. Las siete características principales de la iniciativa europea LEADER⁷

cursos financieros, gestionarlos e **informar** sobre el Programa a los habitantes del territorio.

Las líneas principales del Programa LEADER son:

- a). **Formación de la población** en labores específicas, que ofrezcan una verdadera y sostenible alternativa laboral.
- b). **Ayuda a las pequeñas empresas** en la mejora de su productividad y comercialización para mejorar su competitividad.
- c). **Financiación** de nuevas iniciativas económicas y medioambientales, para lo que se destina el 40% del presupuesto del programa.

Y sus objetivos:

- a). Búsqueda de estructuras comerciales para la **venta directa de los productos agrícolas y ganaderos**.
- b). **Mejorar la organización productiva** de las zonas rurales con la creación de pymes, cooperativas y grupos de trabajo que se coordinen para la explotación de los recursos de la región.
- c). **Fomentar el desarrollo turístico** poniendo en valor la riqueza natural y cultural del medio. Para ello es necesario la creación de infraestructuras e instalaciones hoteleras respetuosas con el entorno (sostenibles), además de iniciativas que recuperen patrimonio y conserven tradiciones.
- d). **Preservar el medio natural** como fuente de recursos económicos y de riqueza ecológica.
- e). **Diversificar el empleo** en las zonas rurales con nuevas propuestas productivas o recuperando algunas que se habían perdido.

El programa distingue las actividades subvencionables en **productivas** (cuyo titular es una persona física o jurídica y buscan una actividad económica lucrativa), y **no productivas** (promovidas por entidades sin ánimo de lucro de carácter público o privado, que no persiguen una actividad lucrativa).

2.1.3. LEADER en Castilla y León: periodo de programación 2007-2103

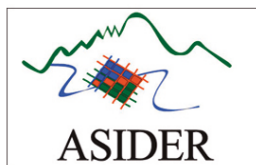
El *Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2007-2013* (PDR) es el documento que establecía el conjunto de las actuaciones cofinanciadas por el FEADER que la Administración de esta región interior realizó durante ese período para la mejora y desarrollo del medio rural.

La Comunidad Autónoma de Castilla y León cuenta con una superficie de 94.224 km², representando el 18,6 % del territorio nacional, siendo la región más extensa de España. El 46,6% de su territorio se encuentra en **zonas predominantemente rurales** y el 53,4% en zonas intermedias. No existe territorio clasificado como urbano, a diferencia de España y la UE-25, que tienen un 6,1% y un 7,9%, respectivamente. En lo referente a población, el 31,5% vive en zonas predominantemente rurales, el triple de los valores nacionales (el 10%) y casi 13 puntos porcentuales por encima de los comunitarios (el 18,6%)⁸.

Durante el periodo analizado, el Programa de Desarrollo Regional seleccionó a 44 Grupos de Acción Local, representativos de las nueve provincias de Castilla y León. En la **provincia de Ávila** el Programa LEADER fue gestionado por los Grupos siguientes:

El programa estudiado en este Trabajo corresponde al Grupo de Acción Local **Fundación Asocio**. Su ámbito de actuación abarca las comarcas de **Valle del Alberche, Tierra de Pinares, Valle de Amblés y Sierra de Ávila**.

⁸ Junta de Castilla y León. *Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2007-2013*. Versión 8, septiembre de 2005. Tomo I, página 9.



ASIDER

Asociación Intermunicipal para el Desarrollo Rural de la comarca Barco-Piedrahita-Gredos. C/ Pasión, 5 – El Barco de Ávila.



ADRIMO

Asociación para el Desarrollo Rural Integral de La Moraña. Plaza del Salvador, 1, Bajo Izda – Arévalo.



CENTRO DE DESARROLLO RURAL VALLE DEL TIÉTAR

Avenida Pintor Martínez Vázquez, 5 – Arenas de San Pedro.



FUNDACIÓN ASOCIO

Fundación para el Desarrollo Local Asocio de Ávila. Calle Comandante Albarrán, 8, 1º Izda. - Ávila.

Ávila tiene una superficie de 8.050 km². En 2007 contaba con 168.638 habitantes y 248 municipios⁹. La densidad de población de la provincia es de 20,75 hab./km², muy inferior al promedio nacional, de 92,68 hab./km². La provincia abulense está catalogada, según los datos referidos al periodo temporal estudiado en este Trabajo, como una de las zonas españolas «económicamente deprimidas, dependiente de las aportaciones recibidas de otras regiones con un mayor o más eficiente desarrollo»¹⁰. El PIB per cápita de la provincia durante este perio-

do de referencia (datos del año 2005)¹¹, se situaba por debajo de la media regional y nacional:

| Ávila | Castilla y León | España |
|-------------|-----------------|-------------|
| 16.617,87 € | 19.715,84 € | 20.863,89 € |

Al igual que sucedió en todo el país, el tejido productivo abulense atravesó en el periodo estudiado una grave crisis económica, especialmente visible en el sector de la construcción. Aunque la economía provincial estaba (y aún lo está), **basada en el sector primario** (agricultura y ganadería), el papel del sector servicios sigue ganando peso, siendo menor la importancia del industrial. Estos parámetros generales sobre la realidad del tejido económico provincial abulense son aplicables al territorio del Programa LEADER gestionado por la Fundación Asocio.

9 Instituto Nacional de Estadística (INE). *Padrón Municipal 2007*.

10 ALBARRÁN FERNÁNDEZ, Concepción; ENCISO DE YZAGUIRRE, Vicente; BOSCA VIDAL, Joana; HERNÁNDEZ MUÑOZ, Gonzalo. *Estudio del nivel de desarrollo económico de Castilla y León a través del IDH. Caso de Análisis: Ávila*. Pág. 9. Universidad Católica de Ávila, 2007.

11 Ídem. Pág 7.

Aunque no es objeto de este Trabajo evaluar los resultados globales de los programas comunitarios, sino conocer la aplicación normativa y los efectos de la información y comunicación aplicadas en la comarca estudiada, podemos destacar el dato positivo de que en la Comunidad de Castilla y León, y por lo tanto en la provincia de Ávila, **los fondos FEADER fueron utilizados casi en su totalidad** en el periodo 2007-2013, ya que sobre una asignación total de 849,05 millones de euros provenientes del FEADER, la región había justificado, a fecha 31 de diciembre de 2007, la inversión de 848,76 M€ (el 99%).¹²

2.2. INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA NORMATIVA REGIONAL Y COMUNITARIA SOBRE DESARROLLO RURAL

La Unión Europea da especial importancia a compartir y difundir **información y comunicación** desde el mismo planteamiento inicial de la iniciativa LEADER. Siguiendo esta directriz comunitaria, los Estados miembros, y en el caso español las Comunidades Autónomas, recogen en sus respectivos PDR **la obligatoriedad** de que los Grupos de Acción Local «*se integren en redes internacionales, nacionales, regionales y locales de intercambio de realizaciones, experiencias y conocimientos entre Grupos, zonas rurales, administraciones y organizaciones que intervengan en el desarrollo rural de la UE. Crear redes es una forma de transferir buenas prácticas, difundir innovaciones y aprovechar las lecciones aprendidas con el desarrollo rural local. Gracias a la conexión en redes se crean vínculos entre personas, proyectos y zonas rurales, lo que puede ayudar a superar el aislamiento al que se enfrentan algunas regiones rurales. Asimismo, crear redes puede ayudar a fomentar proyectos de cooperación haciendo que los grupos LEADER se pongan en contacto entre sí*»¹³. Entre otras actuaciones, estas redes gestiona-

12 Agrodigital.com. *Pérdidas de fondos al cierre de los PDR 2007-2013*. Disponible en <http://www.agrodigital.com/PIArt-Std.asp?CodArt=105905>

[Consulta: 4 de junio de 2016].

13 Junta de Castilla y León. *Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2007-2013*. Versión 8, septiembre de 2005. Tomo I.

rán páginas web, editarán publicaciones en soporte papel, organizarán charlas y seminarios, etcétera.

En el Reglamento nº 1698/2005, la Comisión Europea hace referencia en distintos artículos a **la importancia de la Información y de la Comunicación** en el desarrollo rural. Estos son algunos ejemplos destacados de las disposiciones normativas comunitarias:¹⁴

Título V, Cap. 1, Artículo 59. *Adquisición de capacidades, promoción y aplicación:*

- Medidas de información sobre la zona y la estrategia de desarrollo local.

Título V, Cap. 2, Artículo 67. *Red Europea de Desarrollo Rural:*

- Entre otras medidas, establece que esta Red (de la que forman parte los Gal):
 - a). Debe recopilar, analizar y difundir información sobre las **medidas comunitarias** de desarrollo rural;
 - b). Debe recopilar, difundir y consolidar a escala comunitaria las **buenas prácticas** de desarrollo rural;
 - c). Debe facilitar información sobre la **evolución de las zonas rurales** de la Comunidad y de terceros países;
 - d). Debe organizar a escala comunitaria **reuniones y seminarios** para los participantes en el desarrollo rural;
 - e). Debe crear y explotar **redes de expertos** con vistas a facilitar el intercambio de conocimientos y prestar apoyo a la aplicación y evaluación de la política de desarrollo rural.

14 REGLAMENTO (CE) nº 1698/2005 del Consejo, de 20 de septiembre de 2005.

Título VI, Cap. 2, Artículo 76. Información y Publicidad:

- 1). Los Estados miembros se encargarán de la **información y la publicidad** relativas a los planes estratégicos nacionales, los programas de desarrollo rural y la contribución comunitaria. Dicha información estará **destinada al público en general**. Pondrá de relieve el papel de la Comunidad y garantizará la transparencia de la ayuda del FEADER.
- 2). La Autoridad de gestión del programa se encargará de su **publicidad**, de la manera siguiente:
 - a). Informará a los beneficiarios potenciales, las organizaciones profesionales, los agentes económicos y sociales, los organismos dedicados a la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres y las organizaciones no gubernamentales interesadas, incluidas las organizaciones medioambientales, de las posibilidades ofrecidas por el programa y las normas relativas al acceso a la financiación del programa;
 - b). **Informará a los beneficiarios** de la ayuda comunitaria;
 - c). **Informará al público** del papel desempeñado por la Comunidad en los programas y los resultados de éstos.

Podemos resumir en la siguiente tabla las **tres líneas de información y comunicación** que, según la normativa comunitaria, quedan finalmente asignadas a la iniciativa los Grupos de Acción Local. (*ver Tabla 1*).

2.3. MARCO TERRITORIAL: ZONA OBJETO DE ESTUDIO

La zona objeto de estudio en el presente Trabajo está formada por cuatro comarcas abulenses: Valle del Alberche, Tierra de Pinares, Valle de Amblés y Sierra de Ávila. Este territorio tenía **40.848 habitantes** en el año 2004. Ocupa una superficie de **3.278 km²**, incluidos los núcleos rurales del municipio de Ávila, de los cuales **1.177** están catalogados como **Espacios Protegidos** e incluidos en la Red Natura 2000. Es una zona eminentemente agrícola y ganadera (destaca la importancia de la raza autóctona avileña-negra), con una concentración de servicios mayor en su vertiente sureste, relacionados con el turismo, dada su cercanía a Madrid.

En 2004 se formó el Grupo de Acción Local Fundación Asocio para gestionar en Ávila programas de desarrollo rural (Prodercal y Leadercal), con los siguientes **objetivos generales**:

- Impulsar el **desarrollo local** en el territorio de actuación.
- El **mantenimiento** de la población y la mejora de la **calidad de vida** para los residentes en el medio rural.

Tabla 1. Líneas de Información y Comunicación asignadas por la normativa europea a los Grupos de Acción Local gestores del Programa LEADER.

| LÍNEAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN A DESARROLLAR POR LOS GRUPOS | | |
|---|---|--|
| 1. Territorial | 2. Exterior | 3. Participación en redes |
| Destinada a los habitantes de los territorios de actuación de cada Grupo, para dar a conocer en la zona el Programa LEADER, las oportunidades y ayudas que ofrece y el modo de optar a ellas. | Destinada a públicos externos a la zona de actuación del Programa, con el objetivo de poner en valor ésta, sus empresas y productos, servicios asociados, ventajas, diferencias y atractivos. | Destinada a compartir con otros Grupos las experiencias obtenidas, las buenas prácticas desarrolladas y los modelos de gestión que ayuden a mejorar la gestión global del Programa LEADER. |

Elaboración propia.

- La mejora del entorno económico, a fin de contribuir a la **creación de empleo**.
- Potenciar y apoyar la **valorización del patrimonio** arquitectónico, natural y cultural, así como los productos locales.
- Mejorar las **capacidades de organización** de las respectivas comunidades

Presentamos a continuación la **ubicación geográfica** de la provincia, de la zona objeto de estudio y la distribución de sus municipios:



Ilustración 2. Situación geográfica de la provincia de Ávila.

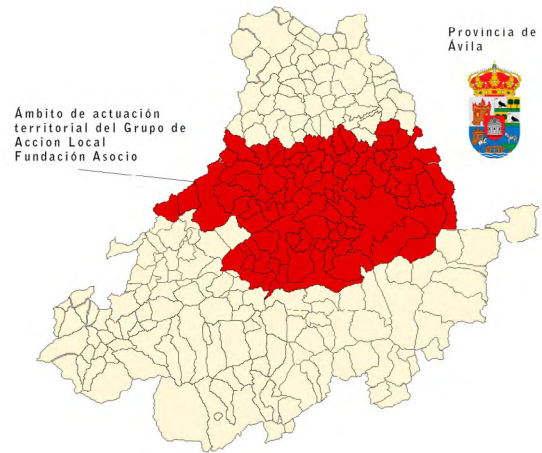


Ilustración 3. Ubicación de la zona estudiada en el mapa provincial de Ávila.



Ilustración 4. Distribución territorial por municipios de la zona de actuación del Programa LEADER 2007-2013 gestionado por la Fundación Asocio.

La Fundación Asocio informaba al comienzo del Programa anterior que gestionó (PRODER, 2004), sobre **las líneas estratégicas** que quería aplicar para la consecución de los objetivos marcados, y entre ellas encontramos algunas directamente relacionadas con nuestra área de estudio y **en línea** con el contenido de las estrategias derivadas del **Reglamento** comunitario¹⁵:

- Mayor **participación de los interesados** en la confección de su propio desarrollo, generando motivación, creatividad y compromiso;
- **Sensibilizar** y conseguir la participación de la población rural y de la Administración;
- Apoyar acciones de conservación, protección y **puesta en valor** de los recursos;
- La **difusión** del patrimonio y de sus usos económicos y sociales.
- Fomentar las acciones tendentes a la **promoción y comercialización** de los productos locales.

La Fundación adoptó un eslogan para sus acciones de desarrollo rural: **‘El Valor de lo nuestro’**. Este lema, correcto y adecuado en términos formales, no es sin embargo excesivamente original ya que coincide literalmente con el que usan otras asociaciones de distintos puntos de España.

En el siguiente capítulo conoceremos cómo se han desarrollado estas líneas estratégicas previstas en el inicio del Programa, si se han conseguido los **objetivos** que perseguían y **qué percepción** tienen de las acciones del Grupo los principales destinatarios del Programa LEADERCAL: los **empresarios** de la zona.

15 Fundación Asocio. *‘Tierra’*. Boletín informativo N° 1. Julio-diciembre (2004).

Disponible en web: <http://www.fundacionasocio.com/boletín1.pdf> [Consulta: 6 de junio de 2016].

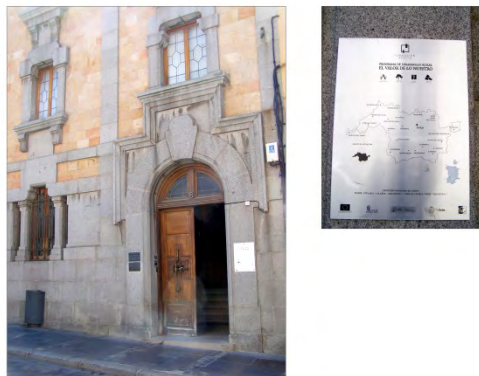


Ilustración 5. Sede del Grupo Fundación Asocio en Ávila y placa del Programa. Fotos del autor.

3. ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS: RESULTADOS Y PERCEPCIÓN DEL PÚBLICO

Una vez conocido el marco normativo que rige las acciones en Información y Comunicación de los Grupos de Acción Local gestores de los fondos FEADER a través del Programa LEADER, así como la ubicación y características generales del territorio y la estrategia planteada por el agente local (la Fundación Asocio), se presenta en este Capítulo el resultado del estudio llevado a cabo en la zona.

Esta labor se ha basado en **tres líneas principales**:

- a). **Encuestas personales** y telefónicas con empresarios del territorio, ya que son los principales destinatarios de las ayudas que contempla el Programa LEADER y por lo tanto, quienes han tenido que ser informados de ellas por el Grupo gestor.
- b). **Entrevista** con la gerente de la Fundación Asocio, D^a María Isabel García Viejo.
- c). **Estudio** de las acciones desarrolladas por el Grupo.

3.1. ESTUDIO DE OPINIÓN SOBRE EL TRABAJO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA LEADER DESARROLLADO EN EL PERIODO 2007-2013 POR EL GaI FUNDACIÓN ASOCIO¹⁶

3.1.1. Características técnicas del estudio de opinión

a). Objetivos:

- Evaluar el **nivel de conocimiento** de los empresarios de la zona sobre el Programa LEADER y sobre el Grupo gestor Fundación Asocio.

- Determinar cuáles han sido las **acciones desarrolladas** por el Grupo que mejor han contribuido a dicho conocimiento.
- Conocer la **percepción de los empresarios** de la zona sobre el Grupo gestor del Programa en función de su trabajo en este sentido y sobre el propio Programa LEADER, tomando como base la información recibida.

b). Universo del estudio:

- Empresarios y emprendedores (hombres y mujeres) mayores de 18 años asentados en el territorio de actuación del Grupo Fundación Asocio, cuya actividad ya estaba vigente durante el periodo de actuación estudiado (2007-2013). Se han seleccionado **30 empresarios** de 14 localidades distintas, representativos de los sectores productivos presentes en el territorio. El sector servicios es el más numeroso, por lo que ha sido el más seleccionado para la realización del estudio:

| | | |
|---------------------|--------------|----------|
| ✓ Sector servicios: | 22 encuestas | (73,4%). |
| ✓ Sector primario: | 5 encuestas | (16,6%). |
| ✓ Sector secundario | 3 encuestas | (10%) |

c). Técnica de estudio:

- Encuesta presencial (21) y telefónica (9) sobre un cuestionario elaborado para este estudio.

d). Fechas de realización:

- Días 10, 11 y 14 de junio de 2016.

¹⁶ En el Anexo I (página 38) se presenta el modelo completo del cuestionario utilizado en el estudio de opinión.

Resultados del estudio: preguntas realizadas y cuantificación de respuestas.

1). ¿Conoce el Programa de Desarrollo Rural LEADERCAL 2007-2013?

- Sí: 13 / 30
- No: 17 / 30.

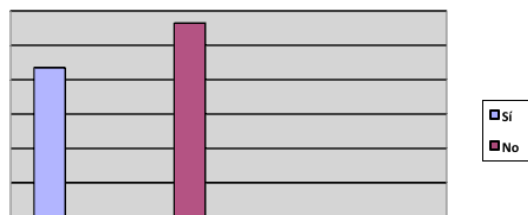


Gráfico 1. Respuesta P.1.

2). ¿Sabe qué Grupo local gestionó el Programa LEADER en el periodo 2007-2013?

- Sí: 10 / 30
- No: 16 / 30
- Respuesta errónea: 4 / 30

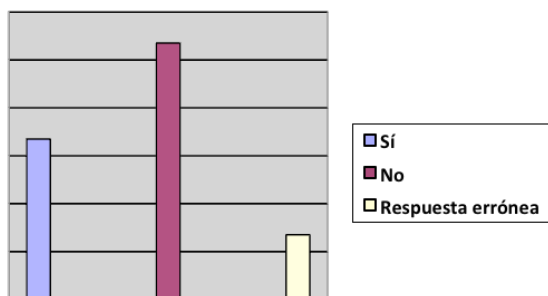


Gráfico 2. Respuesta P.2.

3). Continúa la encuesta sólo si las respuestas a las preguntas 1y 2 fue “SÍ” en al menos un caso. ¿Por qué medio se enteró de la existencia del Programa y/o del Grupo?

- Charla informativa: 5 / 13
- Le dieron la información en el ayuntamiento: 3 / 13
- Cartel o folleto: 3 / 13
- Otro (un conocido, un funcionario municipal, técnico del Grupo, etc): 2 / 13

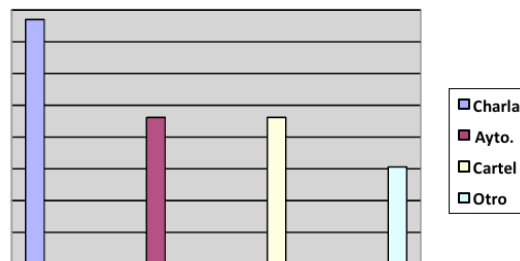


Gráfico 3. Respuesta P.3.

4). Valore la actividad informativa y comunicativa de este Grupo

- Suspenso: 2 / 13
- Aprobado: 6 / 13
- Notable: 4 / 13
- Sobresaliente: 1 / 13

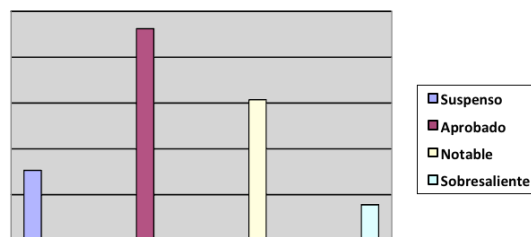


Gráfico 4. Respuesta P.4.

5). ¿Ha solicitado alguna subvención o ayuda al Grupo Asocio?

- Sí: 4 / 13
- No: 8 / 13
- Ns-Nc: 1 / 13

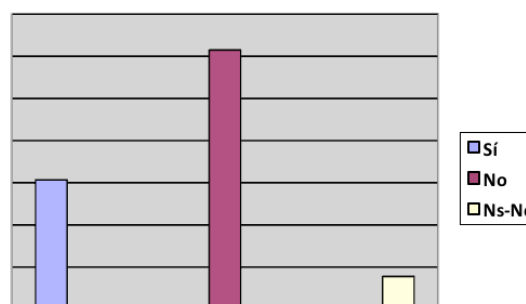


Gráfico 5. Respuesta P.5.

6). Sólo para los que han contestado ‘NO’ a las preguntas 1 y 2 (explicar qué es el LEADER). De haber conocido la existencia del Programa y del Grupo, ¿se habría interesado en solicitar algún tipo de ayuda o subvención?

- No, seguro: 7 / 17
- Probablemente, no: 4 / 17
- Sí, seguro: 3 / 17
- Probablemente, sí: 2 / 17
- Ns-Nc: 1 / 17

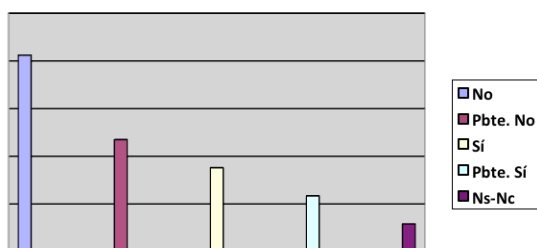


Gráfico 6. Respuesta P.6.

3.1.2. Interpretación del estudio de opinión: conclusiones

- 1). El nivel de conocimiento en el territorio del Programa LEADER y del Grupo de Acción Local que lo gestiona es: **medio-bajo**.
- 2). El canal más exitoso mediante el cual el Programa LEADER y el Grupo fueron conocidos por el público fue: **la comunicación verbal (charlas, información proveniente del ayuntamiento, conocidos y familiares, otros empresarios**. A bastante distancia de este canal se sitúa la **información gráfica** (carteles y folletos repartidos por el territorio de actuación) como el segundo canal más eficaz.
- 3). La valoración media del público que conoce la existencia del Programa y/o el Grupo sobre las acciones de información y comunicación que éste llevó a cabo en el territorio es: **media-media alta**.

4). El interés que la información y la comunicación sobre el Programa despertado gracias a las acciones llevadas a cabo por el Grupo es: **medio-bajo**.

5). Entre los encuestados que afirman *NO* conocer ni el Grupo ni el Programa LEADER (**aquellos que no han recibido** ninguna información sobre ellos), casi un **64,7%** piensa que, aun de haberlo conocido a tiempo, *NO* o *probablemente NO* habría solicitado algún tipo de subvención o ayuda LEADER. Afirma lo contrario (*Sí* o *probablemente Sí* las habría solicitado), un **29,4%** de los empresarios encuestados. Es decir, **casi un tercio del total**.

6). Durante la elaboración del estudio se recogieron otras opiniones y comentarios de los encuestados, entre las que destacamos las siguientes:

- “*No han hecho nada* -el Grupo de Acción Local- *para promocionar la zona de cara al exterior*” (6 respuestas).
- “*Aunque me informé sobre las ayudas no las solicité porque había muchas exigencias y/o trámites administrativos*” (4 respuestas en este sentido).
- “*Busqué información en Internet pero no la encontré*” (3 respuestas).
- “*No me informaron bien y desistí de pedir las ayudas*” (3 respuestas).
- “*Tramité la ayuda pero la solicitud fue desestimada*” (2 respuestas).
- “*Han subvencionado proyectos públicos que nos hacen la competencia a los empresarios privados*” (2 respuestas coincidentes de empresarios de turismo rural).

- Constatamos una confusión frecuente: un total de 4 encuestados creían que el Programa LEADER se gestionaba directamente desde la Junta de Castilla y León y/o la Diputación Provincial de Ávila.

3.2. ENTREVISTA A LA GERENTE DEL GRUPO ASOCIO

El Grupo de Acción Local Asocio abandonó su actividad tras la finalización de su gestión en el Programa LEADER 2007-2013. Por lo tanto, para la realización del presente Trabajo ha sido necesario localizar a la persona que desempeñó el cargo de gerente, **D^a María Isabel García Viejo**, quien posteriormente a la conversación mantenida, solicitó que le fuese enviado por correo electrónico un formulario con las cuestiones que interesaba conocer, lo cual se hizo el día 15 de junio de 2016¹⁷.

3.2.1. Principales datos obtenidos de la entrevista

- Publicaciones en papel: El Grupo sólo editó en el transcurso del Programa LEADER unos carteles informativos sobre las charlas que se celebraron al principio de la programación para informar a los habitantes del territorio. No editó ningún boletín, revista o cualquier otra publicación, con o sin periodicidad establecida. Sí subvencionó parcialmente (sin que especifique el número) folletos privados de emprendedores, tal como recoge la normativa LEADER.
- Emisión de informaciones: La gerente de la Fundación admite que se han difundido informaciones sobre las actividades del Grupo y/o del Programa LEADER, pero sin una periodicidad estable, y que “probablemente no se ha hecho todo el esfuerzo necesario”. Indica que no han tenido problemas de relación con los medios de comunicación y que siempre han atendido sus requerimientos de información, tanto sobre el Grupo como sobre el Programa.

c). Información y Comunicación online: La gerente de Asocio reconoce que este ha sido “el punto más débil” de sus actuaciones de comunicación. Aclara que han apostado por las acciones en Redes sociales, pero no da una explicación clara de porqué el Grupo no ha contado con una página web.

d). Charlas y comunicación oral: Explica que el Grupo “ha cuidado bien” esta labor y añade que, a su juicio, “se han obtenido buenos resultados de ella”.

3.3. ANÁLISIS DE LAS ACCIONES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE la FUNDACIÓN ASOCIO EN EL MARCO DEL PROGRAMA LEADER

- Publicaciones en papel: La actividad del Grupo en esta faceta de la información y la comunicación ha sido prácticamente nula. Si tenemos en cuenta que en las zonas rurales la información en soporte papel tiene todavía más importancia que la difundida mediante otros canales (especialmente Internet, que debido a factores como el envejecimiento de la población o la ausencia de buenas infraestructuras técnicas¹⁸ no alcanza niveles de penetración destacados), que la información en papel tiene la ventaja de una mayor permanencia sobre otros soportes y que la propia Comisión Europea, conocedora de esta realidad, indica en su Estrategia la necesidad de editar publicaciones de forma tradicional, no parece adecuada esta inactividad del Grupo Asocio. En nuestra investigación sobre el terreno, pese a solicitarlo en 14 ayuntamientos y en media docena de oficinas de turismo, no hemos encontrado ni una sola publicación (propia o cofinanciada) que llevase el sello de la Fundación. Por ello, la calificación parcial que merece la acción del Grupo en este apartado es de:

MUY DEFICIENTE: 1 sobre 10

¹⁷ En el Anexo 2 (páginas 40-43), figura la plantilla-cuestionario remitida.

¹⁸ Ver mapa de cobertura de línea VDSL en Anexo 3 del presente TFG, página 45.

- b). Emisión de informaciones: Como han reconocido sus propios gestores, el Grupo ni ha marcado una línea estratégica en este apartado, ni ha hecho el esfuerzo que hubiera sido necesario para difundir el Programa y la actividad propia. Se han limitado a atender las necesidades de los medios, pero su actitud puede calificarse como pasiva. Calificamos por tanto la actuación del Grupo en este apartado como:

SUSPENSO: 4 sobre 10

- c). Información y Comunicación online: La importancia de las TIC en el mundo actual es indiscutible. Vivimos en la Sociedad de la Información, así llamada, precisamente, por la preeminencia global de los nuevos canales. Por lo tanto, que hoy en día un Grupo de Acción Local que gestiona fondos públicos no disponga de una página web que le permita no solo promocionar su actividad y su territorio, sino utilizarlo como herramienta de comunicación y gestión del Programa con los habitantes de su territorio, es realmente incomprensible. También lo es el hecho de que aún exista una web del programa anterior, no referida al LEADER sino al PRODER, es decir, obsoleta 100%. Además, esa web está hecha en Flash, lo que queda fuera de cualquier tendencia actual, no solo estética, sino sobre todo operativa. Por lo tanto, la calificación que la Fundación Asocio merece en esta área no puede ser otra que:

MUY DEFICIENTE: 0 sobre 10

- d). REDES: El Grupo tomó la decisión de desarrollar una cierta actividad comunicativa en redes sociales, lo cual es también necesario hoy en día, pero nunca puede sustituir una presencia más sólida en la red siendo como es una entidad de sus características y responsabilidad. Por otra parte, la repercusión que ha tenido esa actividad, con apenas 200 seguidores, no es especialmente notable. En el subpartado ‘actuación

en redes sociales’ creemos que el Grupo merece la calificación de:

APROBADO: 6 sobre 10

- e). Charlas y comunicación oral: Esta forma de comunicar e informar es muy importante en las zonas rurales donde, como suele decirse, “se conoce todo el mundo” y las experiencias se transmiten con rapidez por el continuo contacto directo de sus habitantes. Como hemos indicado en los resultados del estudio de opinión llevado a cabo, un porcentaje elevado de la población ha tenido noticias del Grupo y del Programa LEADER mediante este canal. El Grupo celebró charlas en los municipios más importantes del territorio y posteriormente los empleados de los Ayuntamientos continuaron informando de viva voz a sus vecinos. Por lo tanto, podemos decir que en este apartado la Fundación Asocio merece un:

NOTABLE: 8 sobre 10

- f). Participación en Redes LEADER: El Grupo no nos ha facilitado información sobre su labor en esta área, sin que hayamos encontrado por nuestra parte ninguna referencia válida en nuestro trabajo de investigación. Por lo tanto el apartado debe quedar:

SIN CALIFICAR

- g). Apoyo a iniciativas de Información y Comunicación: El Programa LEADER incluye entre sus actividades subvencionables la cofinanciación de acciones de promoción y comercialización de productos y servicios locales. Los gestores del Grupo nos han explicado que han apoyado acciones en este sentido, pero sin detallar ni la cantidad de proyectos subvencionados, ni el importe total, ni sus características, alcance o resultados obtenidos. Por lo tanto, ante esta ausencia de datos, el apartado queda:

SIN CALIFICAR

Tabla 2. Cuadro resumen de las calificaciones otorgadas tras el trabajo de análisis sobre la acción informativa y comunicativa del Grupo Asocio, por áreas de actuación.

| ACCIONES | CALIFICACIÓN SOBRE 10 |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Publicaciones en papel | 1 punto |
| Emisión de informaciones (medios) | 4 puntos |
| Página web | 0 puntos |
| Acción en redes sociales | 6 puntos |
| Comunicación oral | 8 puntos |
| PUNTUACIÓN FINAL | 19 / 50: Suspenso |

El Grupo de Acción Local Asocio **abandonó su actividad** tras finalizar su gestión del programa LEADER (el cierre efectivo de éste se produjo el 31 de diciembre de 2015). El siguiente periodo de programación del LEADER en esta comarca será gestionado por una nuevo Grupo (Asociación de Desarrollo Rural de Ávila, ADERAVI).

Aunque escapa al objeto principal de este Trabajo, queremos señalar distintos factores que han tenido influencia en el balance final del Programa LEADER en el territorio, calificado como *“no del todo satisfactorio”* incluso por sus propios gestores.

- **CRISIS:** El periodo de cobertura 2007-2013 en la zona estuvo, como ha sucedido en todo el país, marcado por una grave crisis económica que ha afectado a prácticamente todos los sectores económicos. Es una causa objetiva que explica la **baja solicitud de subvenciones** por parte de los promotores locales para mantener, mejorar o emprender nuevos negocios en el territorio.
- **FALTA DE PROYECTOS INNOVADORES:** Una de las líneas clásicas de la inversión privada en las zonas rurales de interior durante las dos últimas décadas ha sido la instalación de servicios de alojamiento (casas rurales, posadas, centros de turismo rural...). La zona de estudio (sobre todo en su vertiente sureste, la más cercana a Madrid), pasó en ese periodo de no contar con ninguna instalación de este tipo a tener una oferta que prácticamente –salvo en fechas

muy determinadas del año- copaba la demanda del mercado. Ese parece, por tanto, un **modelo de negocio que ha llegado a saturarse** en la zona y que en otras etapas supuso la tramitación de un alto número de ayudas LEADER.

- **INSUFICIENTE PREPARACIÓN DE LOS GESTORES:** Vistos los datos que arroja nuestro trabajo, es evidente que la actuación del Grupo en las materias de Información y Comunicación no ha sido eficaz y que este hecho ha tenido una influencia negativa en el balance final del Programa. No obstante, la responsabilidad de este resultado no debería achacarse solo a los técnicos del Grupo, quienes explican que **no han recibido ellos mismos la formación adecuada** por parte de los niveles de gestión superiores del Programa LEADER. Desde el Grupo se indica también que la ejecución de este Programa es muy compleja, y que su tramitación consume mucho tiempo de los técnicos *“y no les deja espacio para otras labores importantes, como la comunicación”*.¹⁹

¹⁹ Respuesta de la gerente en el cuestionario.

4. CONCLUSIONES

- Validación de las tres hipótesis planteadas
- 1). Existen normativas comunitarias y regionales que determinan una verdadera «Estrategia de información y comunicación» del Programa LEADER de Desarrollo Rural.

Como hemos visto en el Capítulo II del Trabajo, **sí existen normativas** adecuadas y suficientes sobre los Programas LEADER, a nivel comunitario y regional, que determinan una completa **Estrategia de Información y Comunicación**. Por lo tanto, creemos que esta primera hipótesis **HA SIDO VALIDADA**.

- 2). El Grupo de Acción Local tomado como muestra para el TFG aplica y adapta adecuadamente la normativa y sus estrategias derivadas en su territorio de actuación.

El resultado de nuestro estudio permite constatar que:

- a). Como es preceptivo, el Grupo analizado **conoce la normativa y asimila las estrategias** de actuación en información y comunicación que se derivan de ella, como se detalla en la página 21 del presente Trabajo, planteando, desde un punto de vista teórico, sus propias líneas de acción en el territorio.
- b). No obstante, la parte fundamental, la aplicación práctica de estas líneas de acción, **no se ha llevado a cabo** adecuadamente en, al menos, tres aspectos clave de la estrategia: publicaciones, presencia en Internet y emisión de información a los medios sobre el Programa y la actividad del propio Grupo.

De esta forma, a la vista de los resultados del Trabajo, creemos que la segunda hipótesis planteada **NO HA SIDO VALIDADA**.

- 3). Si esas estrategias de información y comunicación no se desarrollan adecuadamente, se pierden oportunidades de desarrollo en el medio rural.

El trabajo desarrollado en el TFG prueba que, si en una determinada zona la actuación de promoción, información y comunicación del Programa LEADER por parte del Grupo gestor local no sigue las directrices que emanan de la normativa en vigor, se producirán efectos negativos: los potenciales emprendedores del medio rural **perderán la oportunidad** de aprovechar las ventajas que ofrece esa iniciativa europea y, en consecuencia, también se perjudicará la creación y mantenimiento de puestos de trabajo y la generación de riqueza. Por lo tanto, concluimos que la tercera hipótesis **HA SIDO VALIDADA**.

- Otras conclusiones
 - La Información y la Comunicación son factores que influyen decisivamente en el éxito o el fracaso de Programas de Desarrollo Rural como la iniciativa europea LEADER.
 - El éxito o el fracaso de la normativa y de las estrategias que emanan de ella, en la Información y Comunicación de los Programas de Desarrollo Rural, es **responsabilidad de todos los estamentos** que intervienen en el proceso: planificación, ejecución, seguimiento y evaluación final.
 - La normativa vigente en la materia que nos ocupa puede ser adecuada y sus estrategias derivadas, eficaces; pero a la vista de los resultados obtenidos en este TFG, parece que no sucede lo mismo con el **control** que se ejerce, o se debería ejercer, sobre su **cumplimiento local**.
 - La reglamentación normativa **no establece un orden jerárquico** de las actuaciones, ni tampoco define cuáles deben ser *obligato-*

rias' y cuáles 'opcionales', dejando decidir a los técnicos de los Grupos (quienes no suelen ser especialistas en Información y Comunicación, sino en Gestión y Administración), cuestiones tan importantes como, por ejemplo, si el Programa tendrá en la zona una página web, o no.

- La obligatoriedad normativa impuesta a los Grupos de participar en Redes LEADER parecen ser una **cuestión poco o nada motivadora** para ellos. Podemos preguntarnos si en más de un caso se participa en las Redes -cuya existencia y funcionamiento suponen un coste notable para las arcas públicas- sólo por cumplir el expediente, sin que se derive de ello ningún resultado positivo, ni práctico, ni útil, para el Programa, para las zonas rurales ni, en definitiva, para sus habitantes.

- Propuestas de mejora

- Establecer desde el propio planteamiento normativo una **jerarquía** de acciones a desarrollar en materia de Información y Comunicación por los Grupos, explicitando las posibles sanciones por su incumplimiento.
- Brindar a los técnicos gestores de los Programas a nivel local una **formación práctica** suficiente y atractiva, de carácter obligatorio.
- Poner a disposición permanente de los técnicos de los Grupos de Acción Local un servicio centralizado a nivel regional de **asesores especializados** en 'Comunicación en el medio rural', que a su vez formarían parte de un comité nacional de expertos. Estos asesores, además de ser expertos conocedores de la normativa que regula la actividad informativa y comunicacional de los Programas, deberían orientar de forma eficaz a los gestores locales en asuntos como: coste de las acciones, eficacia, idoneidad, resultados mínimos esperables, cómo prever y resolver situaciones

de crisis, comunicación personal eficaz, etcétera.

- Poner a disposición permanente de los técnicos un **servicio de información online** con casos prácticos (de éxito y fracaso), sobre todo indicado para orientarles cuando deban tomar decisiones inmediatas, o a muy corto plazo, en esta materia.
- Fomentar el **espíritu asociativo** de los Grupos y romper el aislamiento entre ellos, para favorecer la puesta en marcha de acciones conjuntas y, así, abaratar costes de producción y proveedores consiguiendo una mayor calidad, alcance y difusión de sus acciones de información y comunicación, que serían así más efectivas.

5. BIBLIOGRAFÍA

Albarrán Fernández, C., V. Enciso de Yzaguirre, J. Bosca y G. Hernández (2007). *‘Estudio del nivel de desarrollo económico de Castilla y León a través del IDH. Caso de Análisis: Ávila’*. Universidad Católica de Ávila.

Caballero, E. y S. Prada (2005). *‘Guía de ayudas y programas para la familia: Mujeres y Hombrres’*. CC OO, Secretaría de la Mujer. Valladolid

Comisión Europea. Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural (2006). *‘El enfoque LEADER. Guía básica’*. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Luxemburgo.

Comisión Europea. *‘Política de Desarrollo Rural 2007-2013’*. (2008). Disponible en web: http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_es.htm. [Consulta: 3 de junio de 2016].

Fundación Asocio. *‘Tierra’*. Boletín informativo N° 1. Julio-diciembre (2004).

Disponible en web: <http://www.fundacionasocio.com/boletin1.pdf>

[Consulta: 6 de junio de 2016].

Junta de Castilla y León. *‘Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2007/2013. Versión 8 (2015)’*, Tomo I. Disponible en la web: http://www.agriculturaganaderia.jcyl.es/web/jcyl/AgriculturaGanaderia/es/Plantilla100/1185746059889/_/_/ [Consulta: 1 de junio de 2016].

La estrategia de Comunicación. Definición y aspectos. Disponible en: <http://www.boluntario.org/manual-comunicacion/comunicacion-4-1.asp>

[Consulta: 5 de junio de 2016].

Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011). *‘Grupos de Acción Local 2007-2013’*. Secretaría General Técnica - Centro de Publicaciones. Madrid.

Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (1998-2008). Revista digitalizada *Actualidad Leader*. Madrid.

Revista AGRODIGITAL (2016). *‘Pérdidas de fondos al cierre de los PDR 2007-2013’*. Disponible en web: <http://www.agrodigital.com/PIArtStd.asp?CodArt=105905>

[Consulta: 2 de junio de 2016].

6. ANEXOS

Anexo 1. Estudio de opinión:

- Cuestionario del Estudio.
- Relación de empresas entrevistadas.

Anexo 2. Formulario de la entrevista a la gerente de Fundación Asocio.lk

Anexo 3. Acciones de Comunicación de la Fundación Asocio.

Anexo 4. Imágenes del territorio:

- El medio natural.
- Empresas y proyectos subvencionados por la Fundación Asocio a través de los Fondos FEADER.

•

Anexo 1: Estudio de opinión.
 Cuestionario del Estudio de Opinión.
 Relación de empresas entrevistadas (por municipio).

| | |
|----------------------|--------------|
| N de Encuesta: | |
| EMPRESA: | LOCALIDAD |
| ACTIVIDAD: | Nº EMPLEADOS |
| Persona de contacto: | Cargo: |

| | | | | |
|---|--------------------|-------------------|-------|-----------------|
| 1 ¿Conoce el Programa de Desarrollo Rural LEADERCAL 2007-2013? | | | | |
| Sí | | No | | Ns/Nc |
| 2 ¿Conoce el Grupo de Acción Local que lo gestiona en este territorio? (ASOCIO) | | | | |
| Sí | | No | | Ns/Nc |
| Sólo si la respuesta a las preguntas 1 y 2 es 'Sí' en al menos un caso. | | | | |
| 3 ¿Por qué medio se enteró de la existencia del Programa y/o del Grupo? | | | | |
| Prensa | Charla informativa | Folleto | Web | Otro (explicar) |
| Revista | Ayuntamiento | Junta CyL | Redes | |
| 4 Valore la actividad informativa y comunicativa de este Grupo | | | | |
| Suspense | Aprobado | Notable | | Sobresaliente |
| 5 ¿Ha solicitado alguna subvención o ayuda al Grupo ASOCIO? | | | | |
| Sí | | No | | Ns/Nc |
| Sólo para los que han contestado 'NO' a las preguntas 1 y 2 (explicar qué es el LEADER). | | | | |
| ¿De haber conocido la existencia del Programa y del Grupo, cree que se hubiera interesado por solicitar algún tipo de ayuda o subvención? | | | | |
| No, seguro | | Probablemente, no | | Ns-Nc |
| Sí, seguro | | Probablemente, sí | | |
| OBSERVACIONES y COMENTARIOS | | | | |
| | | | | |

| LOCALIDAD | Nº | EMPRESA | SECTOR |
|-------------|----|---------------------------------|-----------|
| Barraco, El | 1 | Casa Rural La Casita del Candil | Servicios |
| | 2 | Panadería Virginia | Servicios |
| | 3 | Quesos Elvira García | Primario |
| Burgohondo | 4 | Restaurante El Venero | Servicios |
| | 5 | The Lead Factory, SL | Servicios |
| Cebreros | 6 | Clínica Khalident | Servicios |
| | 7 | Hotel El Rondón | Servicios |
| | 8 | Hotel-restaurante Castrejón | Servicios |
| | 9 | Todo para tu Mascota | Servicios |

| | | | |
|---------------------------------|----|---------------------------------------|------------|
| Fresno, El | 10 | Casa Rural Río Adaja | Servicios |
| | 11 | Cristalería Gredos, SL | Servicios |
| Hoyo de Pinares, El | 12 | Fontérmica. SA | Secundario |
| | 13 | Parafarmacia Farmasalud | Servicios |
| Mingorría | 14 | Casa Rural El Laurel | Servicios |
| | 15 | Comercio de Ultramarinos Rosario | Servicios |
| Navalmoral de la Sierra | 16 | Mesón Las Casillas | Servicios |
| Navalperal de Pinares | 17 | Hotel-restaurante Excelsior | Servicios |
| | 18 | Gestoría SGS, SL | Servicios |
| Navaluenga | 19 | Casa Rural Río Alberche | Servicios |
| | 20 | Guardería Infantil | Servicios |
| Navas del Marqués, Las | 21 | Autoescuela López Rubio | Servicios |
| | 22 | Ganadería Pablo Quirós | Primario |
| | 23 | Construcciones Barsega, SL | Secundario |
| | 24 | Restaurante la Taberna de la Villa | Servicios |
| Pascualcobo | 25 | Ganados Hnos. Domínguez-Gil, SL | Primario |
| San Miguel de Serrezuela | 26 | Construcciones C. García Giménez, SLU | Secundario |
| | 27 | Los parajes de la Serrezuela | Servicios |
| Tiemblo, El | 28 | Cantería Lastras e Hijos, SL | Primario |
| | 29 | Residencia de mayores Las 4 Palmeras | Servicios |
| Zapardiel de la Cañada | 30 | Explotaciones Agrícolas Castellanos | Primario |

Anexo 2. Formulario de la entrevista a la gerente de la Fundación Asocio.

| A PUBLICACIONES EN PAPEL | | | |
|---|----|---|-------------|
| Revista o boletín informativo con periodicidad determinada | No | Sí Nombre: Periodicidad: Tirada: | COMENTARIO: |
| Folletos informativos sobre el Grupo y/o el Programa (en el momento de presentación del LEADERCAL, en etapas posteriores, Memoria de cierre del Programa...). | No | Sí Nombre: Fechas de lanzamiento (aproximada): Tirada: Nombre: Fechas de lanzamiento (aproximada): Tirada: Nombre: Fechas de lanzamiento (aproximada): Tirada: | COMENTARIO: |
| Comunicaciones periódicas o puntuales (posibles colaboraciones en medios o inserciones de artículos, noticias o reportajes sobre el Grupo y/o el Programa en publicaciones externas como periódicos y revistas provinciales o comarcales, revistas del sector 'Desarrollo Rural', turísticas, etc). | No | Sí Nombre: Fechas de lanzamiento (aproximada): Tirada: Nombre: Fechas de lanzamiento (aproximada): Tirada: Nombre: Fechas de lanzamiento (aproximada): Tirada: | COMENTARIO: |

B. EMISIÓN DE NOTICIAS SOBRE EL PROGRAMA Y/O EL GRUPO. RELACIONES CON LOS MEDIOS

| | | | |
|--|----------------------------|----|-------------|
| ¿Se ha llevado desde Grupo una labor de emisión frecuente (al menos una vez al mes) de noticias a los medios de comunicación sobre el Programa LEADERCAL, el Grupo o su territorio de actuación? | No | Sí | COMENTARIO: |
| ¿Cree que los medios de comunicación han prestado la suficiente atención al Grupo y al Programa LEADER que ha desarrollado estos años? Valore esto del 1 al 10: | NOTA DEL 1 AL 10: | | COMENTARIO: |
| ¿Cómo han sido las relaciones del Grupo con los medios de comunicación, en términos generales? | NOTA DEL 1 AL 10: | | COMENTARIO: |

C. COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN ONLINE

| | |
|--|------------|
| Explique cuáles han sido las líneas de trabajo del Grupo en la etapa LEADER en soporte online (página web, redes, blogs,...) | RESPUESTA: |
|--|------------|

D. APOYO A INICIATIVAS RELACIONADAS CON LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

| | |
|---|------------|
| ¿Se ha presentado al Grupo alguna iniciativa de emprendedores del territorio relacionada con la Información y la Comunicación durante esta etapa? Si la respuesta es afirmativa, ¿el Grupo cómo las ha apoyado? | RESPUESTA: |
|---|------------|

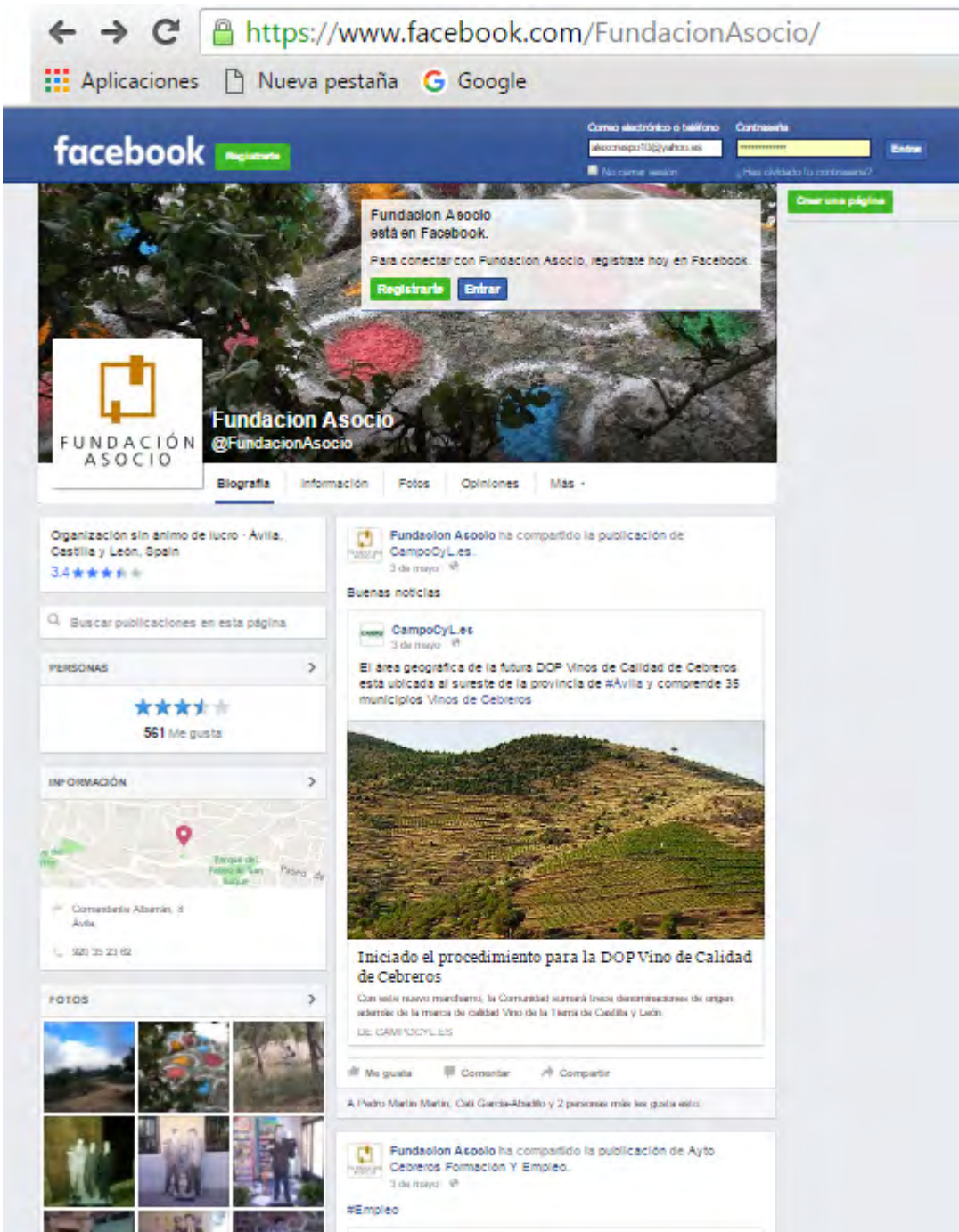
E. VALORACIÓN GENERAL DE LA COMUNICACIÓN DEL GRUPO DURANTE LA ETAPA LEADERCAL

| | |
|---|-------------------------------|
| <p>¿Cree que el Grupo ha conseguido mantener una línea adecuada y suficiente de Comunicación e Información durante esta etapa? (tanto hacia el “mercado interno” del territorio como en cuanto a la proyección exterior de éste?)</p> | <p>RESPUESTA:</p> |
| <p>Comparativamente con los anteriores programas gestionados con el Grupo, en la etapa LEADER, la comunicación de ASOCIO ha sido... (igual, mejor, peor...).</p> | <p>RESPUESTA:</p> |
| <p>¿Cuáles creen que han sido los mayores aciertos y dónde han estado los mayores déficits del Grupo en esta materia durante la etapa LEADERCAL?</p> | <p>ACIERTOS: DÉFICITS</p> |

A. Comentario FINAL

| |
|----------|
| <p> </p> |
|----------|

Anexo 3. Acciones de Información y Comunicación de la Fundación Asocio.



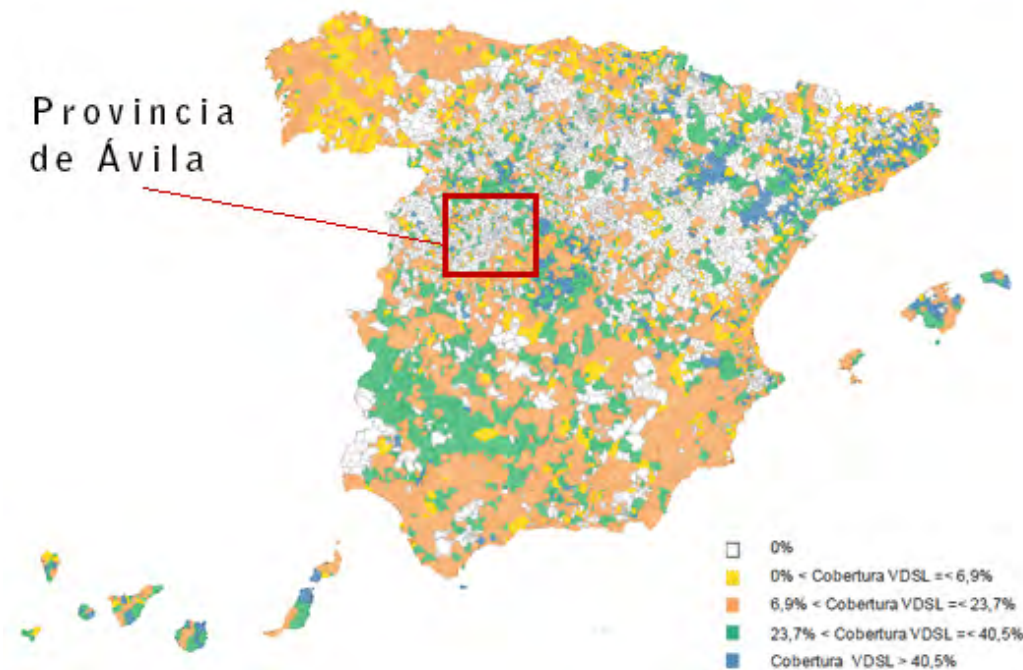
Página de Facebook de la Fundación Asocio. La última entrada es del pasado 3 de mayo. La página ha registrado 561 'likes' y cuenta con 7 opiniones, que le dan una calificación media de 3,4 / 5.

[Consulta: 16 de junio de 2016].

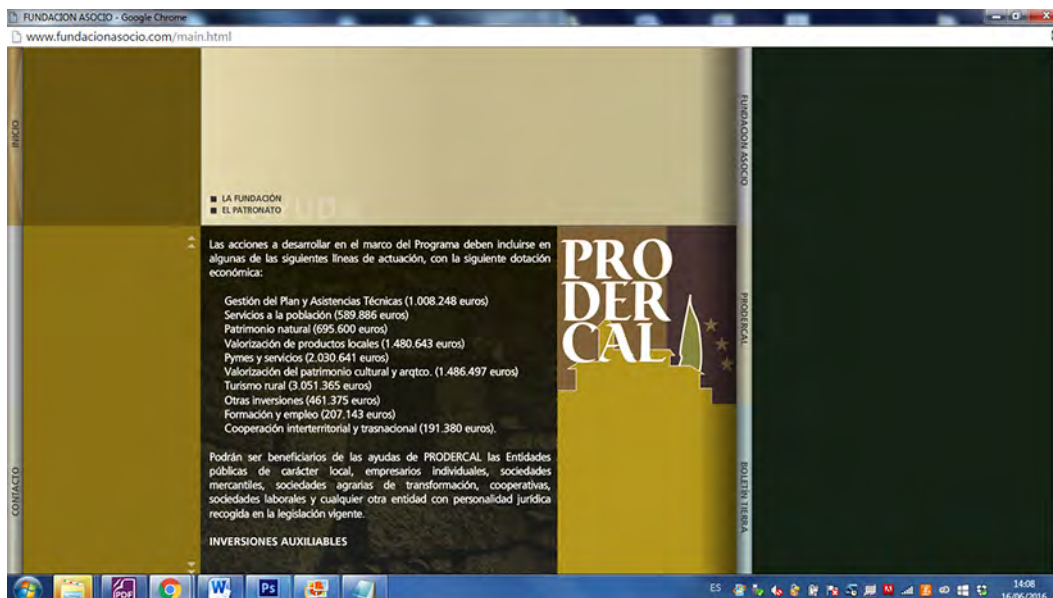
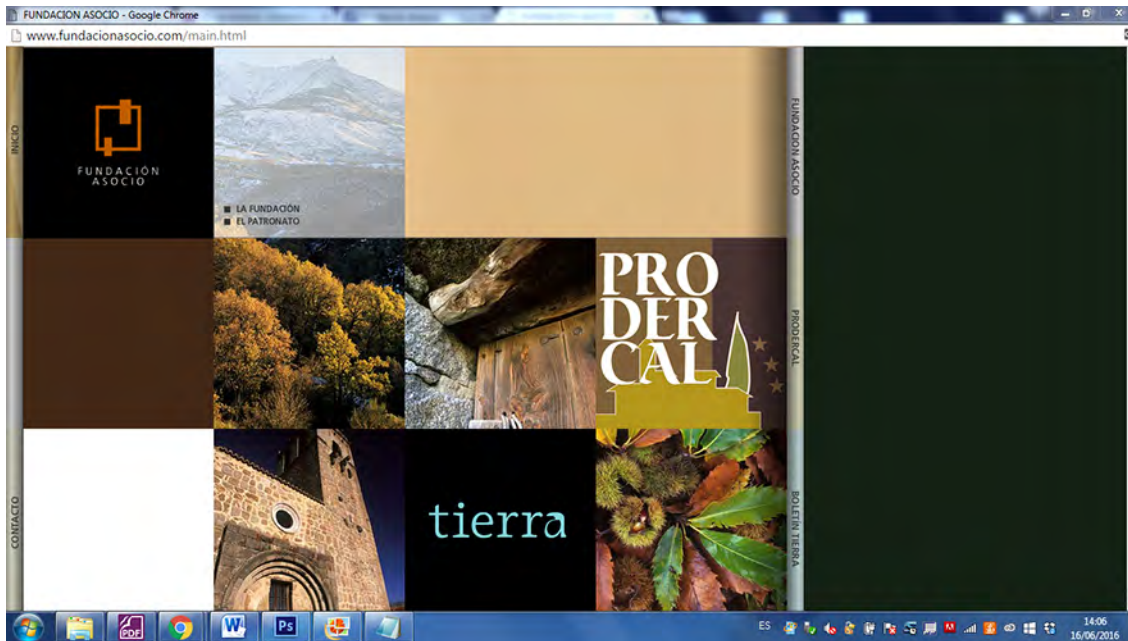


Página de Twitter de la Fundación Asocio. La última entrada es del 15 de septiembre de 2015. El Grupo ha publicado un total de 294 tweets, tiene 208 seguidores y cuenta con 140 'likes' totales.

[Consulta: 16 de junio de 2016].



Mapa de cobertura de línea telefónica de alta velocidad VDSL en 2012. La provincia de Ávila y casi la totalidad de la zona estudiada en este TFG quedaban a esa fecha 'fuera de cobertura' (0% en muchas áreas), con lo cual el uso de Internet en esta comarca rural se veía limitado. Fuente: CMT (diciembre de 2012).



La única página web que está activa de la Fundación Asocio actualmente. No hace referencia al Programa LEADER, sino al anterior programa europeo gestionado por el Grupo, el PRODERCAL.

[Consulta: 16 de junio de 2016].

← → ibarrolaengarzo.org

Aplicaciones Nueva pestaña Google

IBARROLA EN GAROZA

PROYECTO VISITA CONTACTO


Arte y Naturaleza en Muñogalindo

IBARROLA EN GAROZA

f i t

Captura de pantalla gratuita
Se ha añadido una captura de pantalla a la Diapositiva

INICIO PROYECTO VISITA CONTACTO



El Proyecto

Ibarrola en Garoza es un proyecto de arte y naturaleza concebido y desarrollado por el pintor y escultor vasco Agustín Ibarrola

El artista desarrolla en esta obra un tratamiento integral del paisaje de la dehesa, estableciendo un diálogo íntimo y profundo entre su lenguaje pictórico de vanguardia y la piedra berroqueña, las encinas, la luz y la historia del lugar.

El resultado es un sorprendente conjunto compuesto por 115 piedras de grandes dimensiones dotadas de diferentes significados y adecuadas a la visita pública mediante senderos y distintos soportes interpretativos (plano y audioguía).

LEER MÁS

si quieres saber más sobre el proyecto o visitar Garoza, escríbenos a visitas@ibarrolaengarzo.org
teléfono, te atendemos en el +34 686 457 609

FUNDACIÓN ASOCIO

Junta de Castilla y León

GOBIERNO DE ESPAÑA

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

Disputación de Ávila

espacios21 Fundación

COLABORADORES

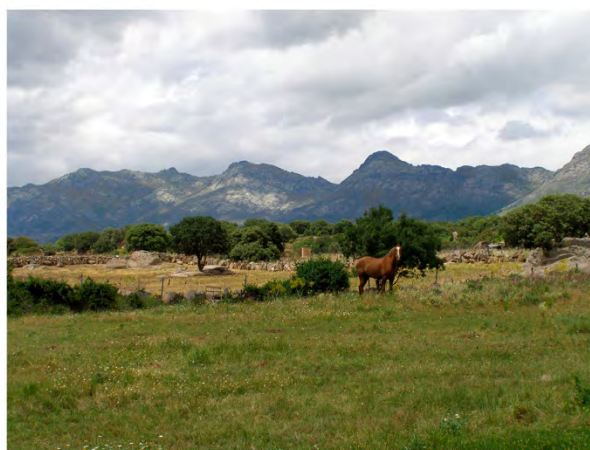
©2015 Ibarrolaengarzo - Todos los derechos reservados

La presencia en Internet de la Fundación Asocio ha sido muy escasa. Esta página corresponde a un proyecto cofinanciado por el Programa. Podemos ver al final el logotipo del Grupo (en recuadro amarillo).
[Consulta: 16 de junio de 2016].

Anexo 4. Imágenes del territorio: El medio natural.

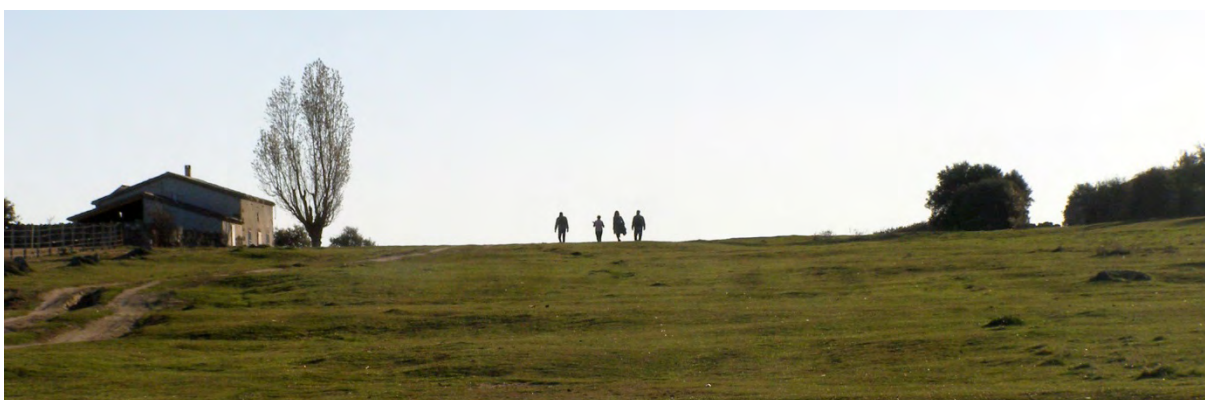


Embalse del Burguillo.



Ganado ovino en una dehesa de la Sierra de Ávila.

Valle del Alberche, con la Sierra de Gredos al fondo.



Senderismo por la Cañada Real Segoviana (Pascualcobo).

Anexo 4. Imágenes del territorio: Proyectos subvencionados por los Programas de Desarrollo Rural gestionados por la Fundación Asocio (PRODER y LEADER).



Proyecto subvencionado de tipo no productivo: Centro de Productos de la Tierra (Cebreros).



Proyectos de tipo productivo: Empresa de marketing Lead Factory (Burgohondo) y Hotel Rondón (Cebreros).



Casa rural La Casita del Candil (El Barraco).



Casa rural Río Alberche (Navaluenga).



*Acciones cofinanciados con Fondos FEADER por la Fundación Asocio.
Turismo activo: caseta para la observación de aves y señalización de recursos (Valle de Iruelas).
Fotografías: Alejandro Crespo Pérez*