

## Contratación del Servicio de asistencia técnica para la ejecución del proyecto “NUESTRO FUTURO ESTÁ EN LA MAR: CAMPAÑA ABORDO 21/22”.

### 1. INTRODUCCION Y MARCO DEL PROYECTO.

El proyecto de “NUESTRO FUTURO ESTÁ EN LA MAR: CAMPAÑA ABORDO 21/22” pretende hacer frente a uno de los problemas identificados en el análisis DAFO de la Estrategia de Desarrollo Local Participativo elaborada por el GALP Litoral Cádiz Estrecho, el relevo generacional en la pesca, tratándose de un proyecto de capacitación de índole social, que se desarrollará en colaboración con los agentes locales y que estará dirigido al impulso del conocimiento de la actividad pesquera entre la población, no sólo como un elemento de valorización de la misma, si no como una herramienta para promover las vocaciones laborales en el sector.

Las acciones se llevarán a cabo en el ámbito de actuación del GALP.

Con las diferentes acciones se pretende fundamentalmente dar a conocer a los jóvenes del territorio las posibilidades laborales que ofrece el sector pesquero y difundir la profesión del pescador, impulsando el fomento del bienestar social en general así como el fomento del patrimonio cultural pesquero, conllevando un refuerzo del papel de las comunidades pesqueras en el desarrollo local así como de la gobernanza de los recursos pesqueros y actividades marítimas locales.

El proyecto se ha estructurado en un conjunto de acciones destinadas a la promoción de la profesión del pescador, incluyendo por tanto medidas de información, divulgación y sensibilización:

1. Identificación de destinatarios.
2. Recursos de información y divulgación.
3. Recursos audiovisuales.
4. Promoción de la actividad pesquera.
5. Difusión del proyecto.

### 2. OBJETO DEL CONTRATO:

#### ACCIÓN 1. Identificación de destinatarios.

Desarrollo de un listado con las entidades (institutos, centros de formación profesional, etc.) en los que los jóvenes se encuentren o bien al principio de la definición de su vocación formativa o laboral, o bien los que, habiendo ya recibido su formación educativa o profesional, están en los últimos cursos antes de decidir su futuro profesional. Para ello se elaborará un listado de todos los centros a los que se quiere dirigir la acción y se desarrollará una jornada de trabajo en que participen el sector, la comunidad educativa y la administración para identificar las problemáticas y desafíos ante esta situación de falta de relevo.

## ACCIÓN 2. Recursos de Información y Divulgación.

Diseño, presentación, maquetación y difusión de diferentes recursos de divulgación, como folleto/tríptico informativo -u otros- con una estructura de diferentes bloques temáticos (ej. información de los GALP, sector pesca, información de formación pesquera, información laboral, medio ambiente y sostenibilidad, pesca, igualdad, etc.).

Será un documento sencillo y breve, técnico, práctico, visual y pedagógico y que tendrá en cuenta que puede ser dirigido a diferente tipología de destinatario (distinto público objetivo, así como la ciudadanía en general). Estará disponible en formato papel, electrónico y/o audiovisual. Podrá ser difundido a través de diferentes medios (web, redes sociales, enlace de descarga, presentación en eventos, etc.) a lo largo de toda la ejecución del proyecto y en las diferentes acciones. Se estima un número de 250 destinatarios.

## ACCIÓN 3. Recursos audiovisuales.

Esta acción, que consiste en el diseño, presentación, maquetación y difusión de vídeos, busca mejorar el conocimiento, así como concienciar, divulgar y sensibilizar a la sociedad en su conjunto sobre la importancia de la profesión y actividad pesquera y de la relevancia de este motor económico en el desarrollo y cohesión del territorio y de las zonas costeras.

Se visibilizará y valorizará el papel de los profesionales del mar de manera gráfica y didáctica. Se prevé la realización de piezas audiovisuales con los aspectos relativos a la actividad pesquera siendo en todo momento los profesionales del mar -los propios trabajadores y profesionales del mar (armadores, pescadores, etc.)- los protagonistas del reportaje a través de sus propios testimonios. Se contempla además la posible participación (entrevistas/explicaciones) en el reportaje de otros profesionales de reconocido prestigio y/o amplia experiencia en las materias objeto de este recurso audiovisual.

El público al que se dirige esta acción es amplio y diverso. Estas piezas podrán ser difundidas a través de diferentes medios (web GALP, redes sociales, enlaces y/o presentación en eventos, etc.) a lo largo de toda la ejecución del plan y en las diferentes acciones aquí expuestas. Se estima que el vídeo pueda tener una duración aproximada de 1 minuto, aunque en función del guion, temas y participantes en él no se descarta una duración ligeramente mayor. Se estima un número de 1500 destinatarios.

## ACCIÓN 4. Promoción de la Actividad Pesquera.

Se realizará una intensa promoción de la actividad pesquera que se ejecutará tanto de manera presencial como a distancia en formato online.

Para ello, se definirá un calendario de acciones a desarrollar a través de un cronograma de las acciones en distintos formatos que se detallan a continuación:

**CHARLAS PRESENCIALES / WEBINARS "ABORDO 21/22":** Siempre que sea posible, debido a la situación generada por el COVID 19, se desarrollarán acciones de difusión de la actividad pesquera en los centros identificados. En caso de no ser posible, podrán ser sustituidos por

WEBINARS . Se realizarán diferentes talleres online en los que se trabajarán distintas temáticas con objetivo de fomentar el relevo generacional y el trabajo del mar y de la pesca. Estarán dirigidos a diferente tipología de público a lo largo de todo el territorio.

Tanto la estructura, duración, tipo de participantes, contenido, etc. será similar tanto si la acción es presencial como si los talleres son online (webinars), aunque adaptándolos a las circunstancias de cada situación -de ser necesario- y a la sistemática de la acción. Se estima un número total de 250 destinatarios.

### JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS INTERGENERACIONAL "ABORDO 21/22"

Se prevé que se realicen en lugares de relevancia estratégica (ej. puertos y zonas de importancia pesquera, institutos de formación profesional, etc). Dirigida a público variado a lo largo de todo el territorio. Se contará incluso con diversos ponentes especializados en cada materia. Se tratará de Jornadas no sólo locales, sino que se abrirá la asistencia a todos los interesados -siempre que se pueda y cumpliendo con normativa y medidas higiénico-sanitarias derivadas de la pandemia del Covid-19, con el objetivo que tenga mayor repercusión e impacto-.

Se prevé contar con el propio sector como comunicador y transmisor de la temática de las Jornadas promoviendo los "encuentros intergeneracionales" a modo de networking. Se prevé realizar un encuentro INTERGENERACIONAL. Se invitará a participar en estos actos a entidades/organizaciones de interés, empresas, entidades del sector pesquero, etc.

Con esta actividad de jornadas de puertas abiertas se prevé que los destinatarios y público objetivo (ej. alumnos de centros escolares, institutos de formación marítima-pesquera, etc.), comprueben de forma presencial la realidad de las principales actividades del sector pesquero y del mar y el día a día de sus profesionales.

### ACCIÓN 5. Difusión del Proyecto

Se realizará la difusión de todas las actividades mediante la publicación de las mismas en la web del GALP. Publicaciones en redes sociales y notas de prensa, además de todas las acciones de difusión que se realizarán en cada una de las acciones (bien sea de forma presencial o telemática, así como a través de los diferentes materiales divulgativos entregados).

Esta difusión se desarrollará a través de tres tareas:

a) Todas las acciones/actividades a realizar, participación en actos, publicación de documentos, etc. serán trasladados y comunicados usando diversos medios, herramientas y TICs, como web, prensa, radio, televisión y/o redes sociales.

Todos los materiales editados se publicarán al menos en la página web del GALP, así como en un ESPACIO MINIWEB "ABORDO 21/22" para ponerlos a disposición de cualquier interesado. Además, todos los productos generados (folletos, recurso audiovisual, otros) podrán ser enviados a otros actores, entidades, etc. de considerarse de interés (centros educativos/formativos, SEPE, entidades de empleo, etc.). Se realizará un informe que recoja y recopile todas las noticias e impacto en medios de prensa y redes de esta acción de difusión.

b) Se desarrollará una jornada final y notas de prensa de inicio y final para presentar los resultados del proyecto.

c) Informe final de resultados

### 3. LUGAR, FORMA Y PLAZO DE PRESENTACIÓN:

Las ofertas deben ser remitidas por correo electrónico a la dirección [gerente@galpcadizestrecho.com](mailto:gerente@galpcadizestrecho.com), indicando el objeto del contrato.

Se deberá entregar una memoria descriptiva y justificativa, en el caso que se altere alguna tarea o acciones descritas en el pliego o se mejore. A la vez habrá que ajustarse al modelo de presupuesto adjunto.

El plazo de presentación de la propuesta será de cinco días a contar desde el día siguiente de su publicación en la web del GALP, es decir, hasta el **29 de marzo de 2022**.

En Conil de la Frontera, a 22 de marzo de 2022

Fdo.: Nicolás Fernández Muñoz  
Presidente GALP Litoral Cádiz Estrecho

Esta contratación o servicio está Cofinanciado en un 85 % por el Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca (FEMP) de la Unión Europea y en un 15 % por la Junta de Andalucía.

CONDEPTO	Acciones	Unidades	Precio/ud SIN IVA	Subtotal SIN IVA	Total IVA INCLUIDO
1. Identificación de destinatarios	Labor de investigación				
	Jornada de trabajo con agentes				
2. Recursos de Información y Divulgación	Presentación, maquetación y difusión de diferentes recursos de divulgación, como folleto/tríptico informativo -u otros elementos promocionales	250			
3. Recursos audiovisuales.	Diseño, presentación, maquetación y difusión vídeos (al menos uno de 1 minuto de duración aproximadamente)				
4. Promoción de la actividad pesquera	· Charlas presenciales/Webinars				
	· Jornadas de puertas abiertas	1			
5. Difusión del proyecto. Plan de comunicación.	Espacio MINIWEB “ABORDO 21/22”	1			
	Informe que recoja y recopile todas las noticias e impacto en medios de prensa y redes de esta acción de difusión.	1			
	Jornada final y notas de prensa de inicio y final	1			
	Informe final de resultados	1			
<b>TOTALES</b>					