

PLAN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Del Programa Operativo para España del FONDO EUROPEO
MARÍTIMO Y DE LA PESCA (FEMP) 2014-2020

Mayo 2016



Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	2
1.1. Alcance.....	2
1.2. Normativa y Regulación.....	3
2. METODOLOGÍA SEGUIDA	4
3. OBJETIVOS Y GRUPOS DESTINATARIOS.....	5
3.1. Objetivos.....	5
3.2. Grupos destinatarios	7
4. ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	11
4.1. Desarrollo de actividades por fases.....	18
4.2. Consideraciones generales en el desarrollo de las actividades.....	21
5. PRESUPUESTO INDICATIVO	26
6. ORGANISMOS ADMINISTRATIVOS RESPONSABLES	27
7. EL PAPEL DE LA RED ESPAÑOLA DE GRUPOS DE PESCA	30
7.1. El papel de la Red Española de Grupos de Pesca en el plan de Información y Publicidad del PO.....	31
8. RED ESPAÑOLA DE MUJERES EN EL SECTOR PESQUERO	33
8.1. El papel de la Red Española de Mujeres en el Sector Pesquero en el plan de Información y Publicidad del PO.....	33
8.2. SEGUIMIENTO DE PROYECTOS COFINANCIADOS CON EL FEMP	34
9. SISTEMA DE SEGUIMIENTO	35
10. EVALUACIÓN.....	40

1. INTRODUCCIÓN

El Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca (FEMP) es el nuevo fondo de la Unión Europea dirigido a su política marítima y pesquera para el periodo 2014-2020.

El FEMP contribuirá a la estrategia Europea 2020 y a la aplicación de PPC, siendo un elemento de apoyo para la sostenibilidad del sector. Dar a conocer al público general y a los beneficiarios sus medidas y alcance así como sus objetivos, es una tarea esencial y previa para lograrlos.

El Reglamento (UE) nº 508/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de mayo de 2014 relativo al Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (RFEMP), no obliga a los EEMM a llevar a cabo una estrategia de información, no obstante sí establece requisitos en esta materia así como la obligación de informar sobre los mismos en el Informe de ejecución anual. De acuerdo con lo anterior, la Autoridad de Gestión propone al Comité de Seguimiento el presente Plan de Información y Publicidad.

La finalidad del Plan es contribuir a mejorar el uso del Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (FEMP), de cara a reforzar e incrementar el efecto positivo sobre la economía y el empleo, así como a concienciar a la población de la repercusión de éste en su territorio.

1.1. ALCANCE

Con el fin de dar cumplimiento a lo exigido en el artículo 119 y el Anexo V del Reglamento (UE) nº 508/2014 (RFEMP) y de acuerdo con lo recogido en el Programa Operativo (PO), la información y la publicidad tienen como finalidad asegurar el conocimiento a los beneficiarios finales y potenciales así como a la opinión pública en general, del destino del FEMP, informarles sobre las oportunidades de financiación y las normas para acceder a las ayudas y divulgar los resultados de las inversiones al conjunto de la ciudadanía.

Por consiguiente, las actuaciones en información y comunicación son una tarea crucial para la Autoridad de Gestión y los OIG al poder contribuir a mejorar los resultados que se obtengan con la participación del Fondo.

La contribución total del FEMP al Programa Operativo para España durante el periodo 2014-2020 asciende a 1.161 620.889 €.

El Programa recoge las seis Prioridades de la Unión para el FEMP:

1. Fomentar una pesca sostenible desde el punto de vista medioambiental, eficiente en el uso de los recursos, innovadora, competitiva y basada en el conocimiento.
2. Fomentar una acuicultura sostenible desde el punto de vista medioambiental, eficiente en el uso de los recursos, innovadora, competitiva y basada en el conocimiento.
3. Fomentar la aplicación de la PPC
4. Aumentar el empleo y la cohesión territorial en las comunidades costeras.
5. Fortalecer la comercialización y la transformación.
6. Fomentar la aplicación de la PMI.

1.2. NORMATIVA Y REGULACIÓN

El artículo 97 del RFEMP atribuye a la Autoridad de Gestión tareas adicionales a las establecidas en el artículo 125 del Reglamento (UE) 1303/2013. Entre estas tareas, se encuentra la de velar por la publicidad de las posibilidades que brinda el Programa Operativo así como asegurar que se informa a los beneficiarios sobre la contribución de la Unión y dar a conocer al público la función que desempeña la Unión Europea en el Programa.

La base legal que establece los requisitos en materia de información con respecto al FEMP se limita al artículo 18, artículo 119 y Anexo V del Reglamento (UE) 508/2014, y al Reglamento de Ejecución de la Comisión nº 763/2014.

El artículo 18 del mencionado RFEMP, hace referencia al contenido que debe recoger el Programa Operativo en esta materia, incluyendo, en las disposiciones de aplicación del Programa, la necesidad de cumplir con las exigencias del artículo 119 que a su vez contempla el Anexo V.

De acuerdo con el artículo 123.7 del Reglamento (UE) 1303/2014 y según lo recogido en el PO, la Autoridad de Gestión confiará la gestión a varios organismos intermedios (OIG) que asumirán la parte correspondiente en materia de información y publicidad.

Con el fin de conseguir la mayor eficiencia y eficacia de las medidas de información y publicidad que se lleven a cabo por los distintos gestores y la AG, se considera necesario establecer mecanismos de coordinación, asegurando los contenidos mínimos, y fijando posibles procedimientos de evaluación del Plan seguido a lo largo del Programa.

En base a esta coordinación, la Autoridad de Gestión presenta este Plan al Comité de Seguimiento con el objetivo de su aprobación para mejorar y ampliar, en la medida de lo posible, el ámbito y resultados de difusión.

En el diseño del Plan se ha tenido en cuenta y dado respuesta a la siguiente normativa europea:

- El Programa Operativo para España del Fondo Europeo Marítimo y de Pesca, periodo de programación 2014-2020.
- Reglamento (UE) 508/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de mayo de 2014 relativo al Fondo Europeo Marítimo y de Pesca, en concreto artículo 119 y Anexo V.
- Reglamento de Ejecución (UE) nº 763/2014 de la Comisión, de 11 de julio, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) nº 508/2014 en lo que respecta a las características técnicas de las medidas de información y publicidad y las instrucciones para crear el emblema.

2. METODOLOGÍA SEGUIDA

Como base para el diseño técnico del Plan se consideran como elementos clave o contenidos mínimos, que determinan su calidad los tres siguientes:

- La fijación de unos **objetivos de comunicación** claros que posibilite determinar el alcance del Plan en términos de visibilidad, difusión y transparencia.
- La identificación de los **destinatarios** del Plan, al objeto de orientar las actividades de información y publicidad a las necesidades de cada uno de ellos y, de esta forma, elevar la eficacia y el impacto esperado.
- El establecimiento de las **actividades del Plan de Información y Publicidad**, de forma coherente con los objetivos definidos y los grupos destinatarios de la Estrategia.

Las actividades que se prevén están condicionadas por las necesidades de información de los destinatarios y por el cumplimiento de objetivos derivados de la normativa comunitaria.

Antes de concretar las actuaciones a llevar a cabo, sería conveniente que las unidades gestoras realizaran un análisis o estudio inicial de las necesidades a cubrir en materia de información y publicidad.

Para ello, podrían emplearse procedimientos como distribución y cumplimentación de cuestionarios y entrevistas, análisis de experiencias pasada,...que ayuden a seleccionar las actividades. En el proceso de selección de las actividades es imprescindible tener en cuenta el coste/ eficacia/eficiencia y estimar el presupuesto indicativo para la ejecución de las mismas.

Debe definirse el sistema de seguimiento del Plan, incorporando indicadores que permitan cuantificar el seguimiento de las actividades de información y publicidad a lo largo del periodo de programación. Estos indicadores deben ser sencillos y deben guardar relación con los objetivos propuestos y la actividad programada.

El sistema de seguimiento o evaluación, para el que se ha tenido en cuenta la experiencia del programa anterior, ayudará a valorar las actividades ya realizadas y a la previsión de las que se vayan desarrollando a lo largo de la Programación.

El Plan distingue aquellas tareas que, de acuerdo con la normativa y el PO, corresponden exclusivamente a la Autoridad de Gestión, y para cuya ejecución será necesario disponer de la colaboración de todas las unidades gestoras, así como las actuaciones obligatorias marcando estas últimas con (*).

3. OBJETIVOS Y GRUPOS DESTINATARIOS

3.1. OBJETIVOS

Como ya se ha indicado el Plan de Información y Publicidad tiene entre sus finalidades asegurar el cumplimiento del Reglamento (UE) nº 763/2014 y el artículo 119 y Anexo V del Reglamento (UE) 508/2014 (RFEMP). De acuerdo con este último, el Estado miembro deberá llevar a cabo una actividad informativa importante en la que se de publicidad al lanzamiento del Programa Operativo.

El Anexo V también establece que el Estado debe asegurar que las medidas de información y publicidad reciben la mayor cobertura mediática posible, recurriendo a diferentes formas y métodos de comunicación al nivel adecuado, lo que obliga a alcanzar ámbitos regionales y locales. Para ello, es necesario que los OIG desarrollen sus propios planes de comunicación.

Los objetivos generales de información y publicidad, que deben perseguir tanto el plan de la Autoridad de Gestión como los de los Organismos intermedios son los siguientes:

- **Objetivo Global 1 (OG1):** Informar a la opinión pública sobre el contenido del PO, el papel que desempeña la UE acerca de las actuaciones contempladas y los resultados de éste. Tratando de garantizar la máxima difusión empleando distintos canales y tácticas.
- **Objetivo Global 2 (OG2):** Informar a los beneficiarios y potenciales beneficiarios sobre las posibilidades de financiación y participación conforme al PO y establecer mecanismos que garanticen la difusión de las oportunidades que ofrece el PO entre los interesados.
- **Objetivo Global 3 (OG3): Cumplir con el Reglamento,** estas medidas son en su mayor parte las contempladas en los Art.119 y anexo V del RFEMP y recogidas en este Plan, casi en su totalidad, a llevar a cabo por la Autoridad de Gestión y OIG. Entre las actuaciones dirigidas al público se incluye la publicación de la lista de operaciones, o la difusión de un resumen de las medidas diseñadas para garantizar el cumplimiento de las normas de la PPC, incluidos los casos de incumplimiento del Estado o beneficiarios, así como las medidas correctoras adoptadas, tales como correcciones financieras y generales como dar a conocer a los ciudadanos la función, logros, resultados e impacto del FEMP.

Por otra parte, también hay que contemplar las obligaciones en materia de información al beneficiario a las que hace referencia el art.125.3.c) del RDC. De acuerdo con este artículo se debe proporcionar al beneficiario un documento que especifique las condiciones de la ayuda (DECA). Las órdenes de bases y convocatoria de ayudas así como los pliegos en el caso de contratos, recoge gran parte de esta información. La obligación de la publicación de estas órdenes se contempla en las medidas de información que se recogen en el punto 3.1. del Anexo V apartados a), b) y c) del RFEMP dirigido a los beneficiarios potenciales. De esta forma, se puede decir que la información sobre las condiciones de la ayuda se difunde, con carácter general a los beneficiarios potenciales en las ACTIVIDADES b.1.1. b.2.4 y b.2.1 y de manera más concreta a el beneficiario, en la ACTIVIDAD c.2.2



- **Objetivo Global 4 (OG4):** Contribuir a la transparencia de la gestión del PO mejorando la accesibilidad y visibilidad de la información y los resultados.
- **Objetivo Global 5 (OG5):** informar y poner en marcha una serie de intervenciones dirigidas a difundir el compromiso del FEMP con el crecimiento sostenible en los sectores de pesca y acuicultura y fomentar la implicación del sector y posibles beneficiarios con éste.
- **Objetivo Global 6 (OG6):** Apoyar la transición de un sistema basado en la solicitud de subvenciones a otro basado en intervenciones estratégicas que conduzcan a un modelo de crecimiento sostenible del sector. Este objetivo es de especial importancia en las ITI y GALP

De acuerdo con el artículo 7 del Rto (UE) 1303/2013, las actuaciones que se lleven a cabo en el ámbito de la información y publicidad, trataran de ser accesibles para todas las personas con discapacidades, no emplearan imágenes y lenguaje sexista y procuraran favorecer al máximo la promoción de la igualdad y la no discriminación.

Los objetivos cuatro, cinco y seis (OG4, OG5 y OG6) son objetivos transversales que junto a la promoción de la igualdad y la no discriminación, deberían tenerse en cuenta, en la medida de lo posible, en todas las actuaciones que se lleven a cabo, con independencia de quien sea el destinatario a que va dirigido y la obligación reglamentaria a la que se da cumplimiento. De acuerdo con lo anterior no se han asignado a ninguna actuación concreta del Plan pero sí se han incluido los apartados correspondientes a la Red Española de Grupos de Pesca y la Red Española de Mujeres del Sector Pesquero como instrumentos para su consecución.

La Red Española de Mujeres en el Sector Pesquero es un medio esencial, del que puede valerse el FEMP, para reforzar la visibilidad de la mujer en el este sector a la vez que contribuye a difundir buenas prácticas y a reforzar su capacidad emprendedora de las mujeres.

Las actividades de información y publicidad deben transmitir mensajes claros que apoyen las cuatro líneas estratégicas del Programa Operativo:

- Fomentar la competitividad y viabilidad de la flota y de las empresas pesqueras y de acuicultura, impulsando su crecimiento y rentabilidad, mejorando el mayor valor añadido de los productos pesqueros y acuícolas, y reforzando el posicionamiento de los productos españoles en los distintos mercados.
- Promover un crecimiento sostenible, mejorando el equilibrio entre la capacidad y las oportunidades de pesca, reduciendo el impacto de las actividades en el medio ambiente y protegiendo la biodiversidad y ecosistemas marinos.
- Dar cumplimiento a las nuevas exigencias de la PPC en el ámbito de la recopilación de datos, control e inspección, descartes y otras políticas, como la PMI.
- Impulsar estrategias de desarrollo local participativo que favorezcan la cohesión territorial, apoyando la diversificación y la creación empleo, mejorando así, la calidad de vida de las zonas costeras.



3.2. GRUPOS DESTINATARIOS

La planificación de Información tiene que tener muy presente los destinatarios a los que se debe llegar, con el fin de maximizar el impacto de sus actividades.

El artículo 97 del RFEMP insta a la Autoridad de Gestión/OIG a *velar porque se de publicidad al programa operativo, informando a los beneficiarios potenciales, las organizaciones profesionales, los interlocutores económicos y sociales, los organismos que promuevan la igualdad entre hombres y mujeres y las organizaciones no gubernamentales interesadas, entre ellas las de defensa del medio ambiente, acerca de las posibilidades que brinda el programa y las normas para poder acceder a la financiación con cargo a él.*

De acuerdo a lo establecido en el PO, las actividades de información y publicidad se dirigen a cinco grandes bloques de público objetivo:

- El **público en general**, entendido como el conjunto de los ciudadanos, tengan relación directa o no con el PO y sus medidas.
- Los **beneficiarios potenciales**, que serán todas aquellas personas físicas o jurídicas que puedan estar interesadas en el acceso a la financiación de la programación bajo cualquiera de sus modalidades.
- Los **beneficiarios** que, de acuerdo al artículo 2, apartado 10 del Reglamento(UE) 1303/2013, podrán ser un organismo público o privado, así como las personas físicas responsables de iniciar o de iniciar y ejecutar las operaciones.
- Las **Organismos Intermedios de Gestión** que, de acuerdo con el artículo 2, apartado 18 del Reglamento (UE) 1303/2013, podrán ser todo organismo público o privado que actúe bajo la responsabilidad de la Autoridad de Gestión, o que desempeñe funciones en nombre de tal autoridad.
- **Otros destinatarios** de las Administraciones Públicas que, no siendo gestores de las medidas ni beneficiarios, puedan ser objeto de determinadas actividades de información y publicidad del PO para dar conocimiento e información a beneficiarios potenciales.

Estos grupos pueden subdividirse en función de otros criterios como ámbito territorial, tipo de actividad, posibilidad de representación en otros órganos, etc... Señalar que gran parte de los subgrupos indicados se encuentran representados en el Comité de Seguimiento, cada unidad gestora podrá optar por llevar a cabo las actividades de información y comunicación través del representante o directamente con todos los interesados.

TABLA 1

Grupo	Subgrupo	Comentarios
Beneficiarios potenciales	Se pueden subdividir según: <ul style="list-style-type: none"> • localización • tipo de actividad • Relación con el FEP. 	El objetivo de la comunicación y el mensaje clave se deberá determinar en función del subgrupo. Posiblemente haya que contactar con todos aquellos que recibieron fondos FEP para aclarar las diferencias con el nuevo fondo.
Interlocutores a los que hace referencia el Artículo 5 del Rto (UE) 1303/2013.*	Miembros del Comité de Seguimiento como por ejemplo: Sindicatos, Organizaciones empresariales, cofradías y todos los que se establezcan en el Reglamento Interno del Comité de Seguimiento	Artículo 119 Anexo V apartado 2.3 a) indica que la AG velará por la participación en las medidas de información y publicidad de estos organismos, de acuerdo con la legislación y las prácticas nacionales. Este grupo incluye a gran parte de los que aparecen mencionados en este cuadro y se encuentran representados en el Comité de Seguimiento. Pueden actuar como canales de información del propio Programa en sus respectivos ámbitos de actuación.
Grupos de trabajo, Juntas, Mesas de diálogo entre las administraciones y los distintos sectores	3 sub-grupos: sector extractivo, sector acuícola y sector de la comercialización y transformación	La estrategia de información deberá permitir que estos grupos identifiquen las inversiones apoyadas por el Fondo que contribuyen de manera más clara al crecimiento de sus sectores.
Fundaciones, organizaciones con financiación propia		Revisar las organizaciones que disponen de financiación y valorar las medidas del FEMP en que estarían interesados, para contar con su compromiso desde el inicio de la programación.
Centros de información sobre Europa, así como las oficinas de representación de la Comisión en los Estados miembros *		Artículo 119 Anexo V apartado 2.3 a) indica que la AG velará por la participación en las medidas de información y publicidad de estos organismos, de acuerdo con la legislación y las prácticas nacionales.
Instituciones de educación y de investigación *		Artículo 119 Anexo V apartado 2.3 c) indica que la AG velará por la participación en las medidas de información y publicidad, de acuerdo con la legislación y las prácticas nacionales.

<p>Autoridades de Gestión de otros Fondos estructurales</p>		<p>El FEMP debe coordinarse con otros Fondos estructurales, relación establecida a través del Acuerdo de Asociación y Comité de Coordinación de Fondos. En el Reglamento Interno del Comité de Seguimiento se contempla su participación.</p> <p>Aprovechar la sinergia de los Fondos con la financiación de operaciones integradas que conllevan inversiones financiadas por fondos distintos.</p>
<p>Socios de los OIG</p>	<p>Asociaciones , Autoridades de ámbito regional o local</p> <p>Consejos y comisiones ejecutivas provinciales del ISM</p>	<p>Cada OIG deberá trasladar los grupos de audiencia que se recogen en este documento a su ámbito de actuación.</p>
<p>Autoridades locales (ayuntamientos)</p>	<p>En las áreas costeras es importante el papel de los responsables de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo económico • Autoridades portuarias (gestores de puerto) • Turismo 	<p>Artículo 5 del Rto (UE) 1303/2013 establece la participación de autoridades locales y otras autoridades públicas competentes en el marco de asociación de cada programa.</p>
<p>Grupos de Acción local pesquera</p>		<p>Al margen de la representación de los mismos en el Comité de Seguimiento., cada OIG se coordinará con los GALP de su C.A.</p>
<p>Personal del OIG</p>	<p>Personal directamente relacionado con el sector</p> <p>Personal que pueda promover las oportunidades del Fondo</p>	<p>Se refiere no solo a los que participan directamente en la gestión de las ayudas. Apoyo/formación e información que debe proporcionarse al propio personal del OIG</p>
<p>Público en general</p>	<p>Con mayor incidencia en las zonas costeras.</p> <p>En cualquier parte del territorio nacional</p>	<p>Con carácter general podrían estar más interesados las áreas costeras, no obstante hay actuaciones, como por ejemplo innovación, acuicultura, comercialización, o transformación que se desarrollan en zonas interiores, o actuaciones que requieran socios situados en éstas. Todos los ciudadanos deben conocer el papel del FEMP con carácter general y en su ámbito particular.</p>



Comisión Europea		La normativa exige la entrega de cierta información a la Comisión.(Rto (UE) 1362/2014, Rto(UE) 508/2014 y Rto (UE) 1303/2013)
Audidores		Hay que proporcionarles información en ciertos momentos de la ejecución del programa.
Industria alimentaria y sector industrial de zonas costeras	Empresas localizadas en las zonas costeras o interiores de importancia para el sector pesquero.	Para fomentar vínculos o asociaciones de colaboración entre ellas que favorezcan el desarrollo de las zonas como parte de sus planes de desarrollo económico Especialmente significativo en el caso de las ITIs y GALP.
Plataformas Tecnológicas	3 sub-grupos , correspondientes a los sectores: Extractivo Acuícola Comercialización y transformación	Para agrupar a todas las partes interesadas dentro del sector pesquero, aunando y coordinando acciones e información en relación a la investigación, desarrollo e innovación. La información podría agruparse en función del subsector al que fuera dirigido.

4. ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

El punto de partida en la definición de las actividades propuestas para el período 2014-2020 en el Plan de Información y Publicidad del PO ha sido la revisión de las actuaciones llevadas a cabo en periodos anteriores y la valoración de su adecuación a las necesidades de los distintos colectivos, las posibilidades de implementación y los requerimientos normativos establecidos en materia de información y publicidad.

Con excepción de las actuaciones que responden a una exigencia normativa y que se han marcado con un asterisco*, ha de entenderse esta propuesta como un **listado abierto** que puede llevar a cabo tanto la Autoridad de Gestión, como las unidades gestoras del FEMP, y que irá evolucionando con la aplicación del PO. Cada OIG podrá realizar aquellas que considere más eficaces en función de la medida que gestione y de sus beneficiarios potenciales.

a) Actividades orientadas al público en general

a.1) Actividades a realizar por la Autoridad de Gestión

- **ACTIVIDAD a.1.1. Pagina web del PO del FEMP***. Habilidad, en la web www.magrama.gob.es, de un espacio dedicado al PO el que se proporcione información sobre el Programa y acceso al mismo, dando cumplimiento, al menos, a todas las exigencias del artículo 119 y el Anexo V:
 - **Información actualizada relativa al Programa*** y acceso al mismo, miembros del Comité de Seguimiento, acuerdos de los comités de seguimiento, resultado e impacto de los acuerdos de asociación o colaboración así como un resumen del Programa Operativo.
 - Para garantizar la transparencia relativa a las ayuda del FEMP, se publicará una **lista de operaciones*** en formato CSV o XML que se actualizará cada seis meses y recogerá todos los campos informativos especificados en el Anexo V del RFEMP. La información recogida está sometida a las limitaciones de la normativa nacional sobre publicación de datos de personas físicas
 - Actualización de la información sobre la ejecución del programa operativo, incluyendo los principales logros, por ejemplo a través del informe anual de ejecución y final, de los informes de evaluación, así como un resumen de su contenido para el ciudadano* (art.50.9 Rto (UE)1303/2013).
 - Así mismo, el sitio web deberá disponer de una sección que recoja un resumen o reseña de las operaciones de innovación y ecoinnovación* (art.26, 39, 47,54 y 56 del RFEMP).
 - En este portal también se dispondrá de un espacio para incluir **ejemplos de operaciones***, estos ejemplos se difundirán al menos en español y otra lengua oficial de la Unión (inglés).



- Igualmente recogerá un Resumen de las medidas diseñadas para garantizar el **cumplimiento de las normas de la PPC***, incluidos los casos de incumplimiento por los Estados miembros o los beneficiarios, así como las medidas correctoras adoptadas, tales como correcciones financieras adoptadas.

Además, se incluirá en este apartado de información y publicidad, **cualquier actuación dirigida al cumplimiento de las exigencias en materia de información y publicidad**, en estas actuaciones figurará el emblema de la Unión y FEMP*, de acuerdo con lo indicado en el Reglamento de Ejecución (UE) 763/2014 de la Comisión y como se señala en el apartado 4.3 *Consideraciones Generales en el Desarrollo de las actividades*, de este documento.

En el sitio web se incluirá un hiperenlace con el sitio de la Comisión dedicado al FEMP. En los sitios Web de los OIG se mencionará la página de la Autoridad de Gestión y se incluirá su enlace así como el de la Comisión (http://ec.europa.eu/fisheries/cfp/emff/legislation/index_en.htm). Del mismo modo, en la página del MAGRAMA se podrá hacer referencia a los puntos web de los OIG.

Hay que indicar que la web del MAGRAMA cumple los estándares en materia de accesibilidad.

- **ACTIVIDAD a.1.2. Edición y publicación de materiales informativos** en los que se recogerá de forma simplificada el contenido del PO. Esta actividad podrá consistir en la elaboración de infografías, resúmenes no técnicos, etc
- **ACTIVIDAD a.1.3. Notas de prensa** para la difusión de las posibilidades y estado de ejecución de las medidas del PO, incluyendo la presupuestaria.
- **ACTIVIDAD a.1.4. Boletín de noticias** para la difusión del Programa, de sus medidas y resultados. En este apartado puede considerarse la creación de boletines monográficos que reúnan información dirigida a cada uno de los campos de actuaciones del FEMP (innovación, acuicultura, desarrollo local, ...) o incluir una sección específica del FEMP en los boletines ya existentes, como por ejemplo el Boletín de diversificación. El soporte de la publicación sería digital valorando la posibilidad de su publicación en papel. Desde este punto se podría contactar con los boletines correspondientes a la REGP (a.r.4) y REMSP (a.m.4).
- **ACTIVIDAD a.1.5. Evento de presentación del PO***, tal y como recoge el propio Programa en su apartado 11.4 *"Sucinta de las medidas destinadas a la información y publicidad que se llevarán a cabo, tras la aprobación del Programa por la Comisión"* y de acuerdo con el punto 2.2.a) del Anexo V del RFEMP, el 10 de diciembre de 2015 se llevó a cabo una rueda de prensa para la presentación oficial del programa operativo.
- **ACTIVIDAD a.1.6. Participación en jornadas y ferias** relacionadas con el sector pesquero y el ámbito del FEMP 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 PO.
- **ACTIVIDAD a.1.7. Dos Actividades informativas de mayor relevancia durante el periodo de programación*** en las que se promueva las posibilidades de financiación y las estrategias y

se presenten los logros del programa operativo, según lo indicado en el apartado 2.2.b) del Anexo V del RFEMP.

- **ACTIVIDAD a.1.8. Exhibición de la bandera o del emblema de la Unión***, delante de la sede o en un lugar visible para el público, según corresponda (apartado 2.2.c) del Anexo V del RFEMP).

Algunas de las actuaciones indicadas en este apartado también se pueden llevar a cabo igualmente por los OIG en la medida que recae sobre ellos gran parte de las funciones de gestión de las ayudas en su ámbito competencial.

a.2) Actividades a realizar por los Organismos Intermedios de Gestión

- **ACTIVIDAD a.2.1. Actividades diversas sobre proyectos destacados**. Programación de acciones puntuales con objeto de resaltar tanto el comienzo como la finalización de actividades destacadas, incluyendo convocatorias a los medios de comunicación para informar acerca de los objetivos y resultados. Se podrá incluir la exposición de los materiales divulgativos desarrollados en el ámbito de cada una de las actividades.
- **ACTIVIDAD a.2.2. Jornadas itinerantes y participación en ferias, congresos y seminarios** para dar a conocer el PO y sus medidas.
- **ACTIVIDAD a.2.3. Publicación impresa o digital de materiales diversos sobre proyectos destacados**, como catálogos, libros fotográficos, memorias, mapas, etc.
- **ACTIVIDAD a.2.4. Taller de fotografía** relacionado con actuaciones cofinanciadas con cargo al FEMP a través del PO por ejemplo el entorno marino y costero que contribuya a fomentar los objetivos del FEMP así como la conciencia social sobre el crecimiento sostenible. Se realizarán sesiones teóricas y prácticas que permitirán a los participantes adquirir las capacidades necesarias para el diseño y ejecución de actividades de comunicación fundamentadas en la fotografía (exposiciones, desarrollo de rutas...).
- **ACTIVIDAD a.2.5. Desarrollo de aplicaciones** como por ejemplo una guía de pueblos de nuestra costa que pudieran fomentar el crecimiento económico y la empleabilidad y movilidad laboral de las comunidades costeras.
- **ACTIVIDAD a.2.6. Visitas guiadas**, por ejemplo por los puertos pesqueros, lonjas,... financiados con cargo a FEMP a través del PO.

ACTIVIDAD a.2.7. Punto de la web dedicado al PO del FEMP en que se recoja toda la información actualizada de manera especial la relativa a las actuaciones y líneas de ayuda gestionadas por cada organismo, así como un punto de contacto o de información al público en general. En el caso de las ayudas a las paradas temporales a los tripulantes, el ISM se encargará de que se publiquen éstas así como la cofinanciación del FEMP en la página web corporativa de la Seguridad Social.



En este Punto web también debería recogerse el enlace con los GALP o indicar la forma de contacto con ellos.

- **ACTIVIDAD a.2.8. Campañas de divulgación y publicidad**, optando preferentemente por la utilización de publicaciones en periódicos y de cartelería en ayuntamientos, sedes de organizaciones de productores, cofradías de pescadores, zonas portuarias, lonjas, mercados, diputaciones y otros centros de concentración social existentes en poblaciones ligadas al sector pesquero. También podrán emplearse otros medios de comunicación nacional o locales.
- **ACTIVIDAD a.2.9. Difusión a través de redes sociales** de las posibilidades y logros del FEMP y del PO, para ampliar su conocimiento y la sensibilización y compromiso de la ciudadanía con los objetivos del Fondo.
- **ACTIVIDAD a.2.10 Elaboración y difusión de informes, evaluaciones, diagnosis, planes estratégicos, buenas prácticas...** en relación con las actividades llevadas a cabo en el ámbito del FEMP que sirvan de ejemplo e incentiven la puesta en marcha de nuevos proyectos.

b) Actividades orientadas a beneficiarios potenciales

b.1)Actividades a realizar por parte de la Autoridad de Gestión

- **ACTIVIDAD b.1.1. Publicación de los criterios de selección*** y condiciones de elegibilidad de operaciones del PO en el espacio dedicado al FEMP dentro de la web www.magrama.gob.es.
- **ACTIVIDAD b.1.2. Publicación de bases reguladoras y convocatorias de subvenciones*** en el espacio dedicado al PO dentro de la web www.magrama.gob.es. Desde este espacio también se accederá a las bases y convocatorias publicadas por los OIG.
- **ACTIVIDAD b.1.3. Participación en Jornadas divulgativas** dirigidas a organizaciones y/o entidades representativas del sector pesquero para informar del PO en su conjunto y en particular de las posibles convocatorias.
- **ACTIVIDAD b.1.4. Adaptación de las actividades** de información y publicidad desarrolladas a las personas con discapacidades sensoriales utilizando para ello materiales en formatos accesibles.
- **ACTIVIDAD b.1.5. Talleres y demostraciones sobre el terreno de buenas prácticas** que sirvan de ejemplo e incentiven a la puesta en marcha de nuevos proyectos.(AG)



b.2) Actividades a desarrollar por parte de los Organismos Intermedio de Gestión

- **ACTIVIDAD b.2.1. Publicación de bases reguladoras y convocatorias de subvenciones en los Boletines Oficiales, Bases Nacional de Datos de Subvenciones, otras bases** así como en las correspondientes **páginas web de los Organismos Intermedios de Gestión.**
- **ACTIVIDAD b.2.2. Publicación de notas de prensa** en la Web sobre convocatorias de ayudas y actividades desarrolladas en el marco del PO indicando sus objetivos y el apoyo de la Unión.
- **ACTIVIDAD b.2.3. Jornadas divulgativas o talleres de carácter técnico** con organizaciones y/o entidades representativas del sector, para informar sobre el contenido de las ayudas, su objeto y los procedimientos a seguir para acceder a las mismas.
- **ACTIVIDAD b.2.4. Elaboración de una guía*** sobre el procedimiento a seguir para acceder a las ayudas, en la medida de lo posible esta guía estará disponible en el apartado dedicado al FEMP de la página Web. En cualquier caso, en la norma reguladora de la ayuda se recogerá toda la información que debe conocer el beneficiario potencial, de acuerdo con el artículo 125.3.c) del Rto (UE) 1303/2013.

La guía o documento que establece las condiciones de ayuda (DECA) contendrá información sobre los siguientes puntos:

- Las oportunidades de financiación y las convocatorias de ayudas.
- Los procedimientos administrativos para el acceso a las ayudas y descripción del proceso de examen de solicitudes.
- Los **datos de los contactos** que puedan explicar el funcionamiento del PO y los criterios de selección de operaciones y todas las cuestiones relacionadas con convocatorias y ayudas gestionadas por el organismo.
- Los compromisos que supone la aceptación de la ayuda como la cesión de los datos necesarios para las tareas de seguimiento y evaluación, así como la inclusión en la lista publicada, el mantenimiento de las condiciones de beneficiario y de la inversión y cualquier otro que establezca las normativa correspondiente.
- Una descripción de los procedimientos para el examen de las reclamaciones con arreglo al artículo 74.3 del Reglamento (UE) nº 1303/2013.
- Manual de estilo e identidad gráfica para su utilización en los materiales que lo requieran de proyectos cofinanciados.
- La descripción de los materiales que se pondrán a disposición en formatos accesibles para las personas con discapacidad.



- **ACTIVIDAD b.2.5. Adaptación de las actividades** de información y publicidad desarrolladas a las personas con discapacidades sensoriales utilizando para ello materiales en formatos accesibles.

c) *Actividades orientadas a beneficiarios*

c.1) **Actividades a realizar por la Autoridad de Gestión**

- **ACTIVIDAD c.1.2. Informar a los beneficiarios que la aceptación de la ayuda implica la aceptación de su inclusión en la lista de operaciones publicada*** de conformidad con el artículo 119, apartado 2 y Anexo V del RFEMP. La publicación de la lista se ha contemplado en la **ACTIVIDAD a.1.1.** , dado que el Anexo V la contempla como actuación dirigida al público.

De conformidad con la Sentencia del Tribunal de Justicia (Gran Sala), de 9 de noviembre de 2010, relativa a la protección de las personas físicas en relación con el tratamiento de datos personales, con implicación en el FEP, la lista de beneficiarios y proyectos que se financiaron con cargo al FEP, solo se publicaron en el caso de que se tratara de personas jurídico/privadas, quedando excluidas de la publicación las personas físicas siempre y cuando no existía reglamentación nacional en contra.

En principio, de acuerdo con lo señalado anteriormente, la Autoridad de Gestión del FEMP tiene previsto mantener el mismo criterio.

c.2) **Actividades a desarrollar por parte de los Organismos intermedios**

- **ACTIVIDAD c.2.1.** Establecimiento de una **línea o punto de consulta** en aquellas unidades gestoras que publiquen convocatorias de ayudas destinadas a beneficiarios.
- **ACTIVIDAD c.2.2. Información a los beneficiarios de los compromisos que supone la aceptación de la ayuda*** como la inclusión en la lista publicada, el mantenimiento de las condiciones de beneficiario y de la inversión.

Los OIG deben garantizar que los beneficiarios disponen de un documento que establece las condiciones de la ayuda para cada operación (DECA), en especial los requisitos específicos relativos a los productos o servicios que deban obtenerse con ella, el plan financiero y el calendario de ejecución (Art.125.3 del RDC). Asimismo, de acuerdo con el art.67.6 del RDC, dicho documento, contendrá el método para determinar el coste de la operación y condiciones de pago en su caso, así como cualquier otra obligación exigida en la LGS y órdenes de bases correspondientes. Esta actividad es obligatoria para todos OIG.(AMPLIADO AG)



d) *Actividades orientadas a unidades gestoras*

d.1) Actividades a realizar por la Autoridad de Gestión

- **ACTIVIDAD d.1.1. Elaboración orientaciones, guías y grupos de trabajo** sobre los procedimientos de gestión, criterios de selección, indicadores e información y publicidad en el ámbito del PO.
- **ACTIVIDAD d.1.2. Reuniones y jornadas** dirigidas **a unidades gestoras** por ejemplo para valorar a través de la información contenida en Aplifemp la evolución del PO, estudio de la necesidad de la creación en Aplifemp de nuevos informes o revisión de la calidad de los datos recogidos en esta.
- **ACTIVIDAD d.1.3. Constitución de la Unidad Responsables en Información y Publicidad del PO** para el seguimiento de las medidas llevadas a cabo y análisis del resultado de las mismas.
- **ACTIVIDAD d.1.4. Reunión, al menos una vez al año, de la Red Española de grupos de Pesca** con el objetivo de reforzar la coordinación entre ellos y favorecer el intercambio de experiencias y de manera especial la difusión de buenas prácticas llevadas a cabo en los distintos territorios. Esta actividad también se contempla en el apartado 7.1, bajo el epígrafe d.r.4 al tratarse de una actividad compartida entre la AG y la REGP.(AG)
- **ACTIVIDAD d.1.5.** Establecimiento de una **línea de información permanente** para la resolución de dudas trasladadas por las unidades gestoras, a través del e-correo: UAIFOP@magrama.es y para la Red Española de Grupos de Pesca el e-correo es: redfep@magrama.es
- **ACTIVIDAD d.1.6. Rotación de los lugares de celebración del Comité de Seguimiento,** contribuyendo a una mayor visibilidad del Fondo y a la puesta en común de buenas prácticas permitiendo su conocimiento sobre el terreno.

En aquellas CC.AA en las que existieran varios OIG, podría corresponder a uno de ellos el papel de coordinador y llevar a cabo en el territorio de su C.A actuaciones como las señaladas en este epígrafe (AG).

e) *Actividades orientadas a otros destinatarios*

e.1) Actividades a realizar por la Autoridad de Gestión

- **ACTIVIDAD e.1.1. Reuniones temáticas y jornadas informativas con otras unidades de la AGE , otras Administraciones Públicas o entidades** que pudieran estar en relación con el PO y su aplicación, y, en particular, con unidades en relación con los informes y evaluaciones temáticas que se realicen a lo largo del periodo de programación. Estas actividades incluirán la presentación del PO sus posibilidades, ejecución y resultado así como los puntos de contacto para obtener más información.

e.2) Actividades a desarrollar por parte de los Organismos Intermedios de Gestión

- **ACTIVIDAD e.2.1. Información sobre la publicación de convocatorias** de ayudas y actividades desarrolladas en el marco del PO, para la adecuada coordinación con los responsables de las correspondientes convocatorias en los ámbitos regionales, utilizando para ello los canales habituales.
- **ACTIVIDAD e.2.2. Reuniones temáticas y jornadas informativas con otras Administraciones Públicas o entidades** que pudieran estar en relación con el PO y su aplicación, y, en particular, con otras unidades en relación con los informes y evaluaciones temáticas que se realicen a lo largo del periodo de programación. Estas actividades incluirán la presentación del PO sus posibilidades, ejecución y resultado así como los puntos de contacto para obtener más información.

4.1. DESARROLLO DE ACTIVIDADES POR FASES

Ya se ha señalado que la selección de las actividades se realizará atendiendo al objetivo perseguido y a la naturaleza de las mismas. Igualmente, esta selección también vendrá determinada por el momento en que se encuentre la ejecución del Programa.

Se han distinguido tres fases: Presentación del PO, Desarrollo y ejecución y Resultados y evaluación. A continuación se recoge un ejemplo de distribución de actividades en cada una de las fases. Hay que tener en cuenta que una misma actividad puede realizarse en varios momentos ya que el mismo soporte y formato puede difundir contenidos diferentes.

a) *Presentación del PO*

El objetivo de esta fase es conseguir la máxima difusión del PO y su información y conocimiento por parte del público en general y de los interesados en particular, y establecer las bases y herramientas necesarias para facilitar la implementación de las actividades recogidas en las siguientes fases. Se relaciona parcialmente con el Objetivo Global 1 (OG1), al informar a la opinión pública sobre el contenido del PO y el papel que desempeña la UE acerca de las actuaciones contempladas en el PO y pretende garantizar la máxima difusión del PO a la ciudadanía en general.

En esta fase, con el objetivo de lograr la máxima difusión del PO, se desarrollaran actividades como:

- Pagina web del PO (**ACTIVIDAD a.1.1.** y **ACTIVIDAD a.2.7.**).
- Difusión del PO, edición y publicación de materiales informativos (**ACTIVIDAD a.1.2., ACTIVIDAD a.1.3., ACTIVIDAD a.r.1 y ACTIVIDAD a.m.1**)
- Evento de presentación del PO (**ACTIVIDAD a.1.5.**).
- Exhibición de la bandera o del emblema de la Unión (**ACTIVIDAD a.1.8.**).

- Reuniones y jornadas, elaboración de orientaciones o guías y línea de información permanente con las unidades gestoras (**ACTIVIDADES d.1.1, d.1.2 ; d.1.5; d.r.1; d.r.5**)
- Reuniones y jornadas de divulgación dirigidas a otros destinatarios (**ACTIVIDAD e.1.1**).
- Constitución del Grupo de Responsables en Información y Publicidad del PO y desempeño de sus funciones (**ACTIVIDAD d.1.3.**).

b) Desarrollo y ejecución del PO

En esta fase, el objetivo es mantener el máximo nivel de información sobre el programa, facilitar el acceso a la financiación por los potenciales beneficiarios y asegurar una gestión transparente de las ayudas (OG4). Se relaciona con los Objetivos Globales OG1, OG2 y OG3, y se centrará en las siguientes actividades:

- Publicación de información del PO en la página web (**ACTIVIDAD a.1.1.,; a.2.1, a.2.7; a.r.1; a.1.r.1; a.m.1**)
- Difusión del PO y edición y publicación de materiales informativos (**ACTIVIDADES a.1.2 y a.2.3**)
- Notas de prensa (**ACTIVIDADES a.1.3. y b.2.2**)
- Atención al ciudadano (**ACTIVIDADES a.2.7 y c.2.1**)
- Boletín de noticias (**ACTIVIDADES a.1.4; a.r.4; a.m.4**)
- Campañas de divulgación y publicidad (**ACTIVIDAD a.2.8; a.m.3**)
- Actividad informativa de relevancia en las que se promuevan las posibilidades de financiación y las estrategias seguidas y se presenten los logros del programa operativo (**ACTIVIDAD a.1.7**)
- Reuniones y jornadas de divulgación (**ACTIVIDADES b.1.3., b.2.3, b,r,3; b.m.3; e.2.2**)
- Participación en jornadas y ferias (**ACTIVIDADES a.1.6., a. 2.2**)
- Difusión a través de Redes sociales (**ACTIVIDADES a.2.9; a.r.9; a.m.9**)
- Taller de fotografía (**ACTIVIDAD a.2.4**)
- Desarrollo de Aplicaciones (**ACTIVIDAD a.2.5**)
- Visitas guiadas (**ACTIVIDAD a.2.6**)
- Actividades diversas sobre proyectos destacados y publicación de diversos materiales sobre los mismos (**ACTIVIDADES a.2.1; a.2.3; a.2.10; a.r.4**)

- Publicación de los criterios de selección (**ACTIVIDAD b.1.1**)
- Publicación de bases reguladoras y convocatorias de subvenciones (**ACTIVIDADES b.1.2 y b.2.1 y e.2.1**)
- Elaboración de guía sobre acceso a ayudas (**ACTIVIDAD b.2.4**)
- información a los beneficiarios de los compromisos de aceptación de la ayuda del FEMP (**ACTIVIDADES c.1.2; c.2.2**)
- Adaptación de las actividades a personas con discapacidades sensoriales (**ACTIVIDADES b.1.4 y b.2.5**)
- Demostración de buenas prácticas sobre el terreno a unidades gestoras y del sector (**ACTIVIDADES b.1.5; d.1.6**)
- Reuniones y actividades de información con otras administraciones o entidades y Redes (**ACTIVIDADES d.1.2: d.1.4, d.1.5: d.1.6; d.r.2; d.r.4; d.m.4; e.1.1; y e.2.2**)
- Visitas de coordinación con GALP sobre el terreno (**ACTIVIDAD d.r.3**)

c) Resultados y evaluación del PO

En la última fase, se analizará el alcance obtenido por las medidas del programa, así como la efectividad de las actividades de información y publicidad y se difundirán los resultados entre el público, siendo el objetivo a conseguir la mejora del diseño de las actividades en programaciones posteriores e informar al público sobre los resultados conseguidos. Se relaciona con los Objetivos Globales OG1, OG3 y OG4

- Actividades diversas sobre proyectos destacados (**ACTIVIDAD a.2.1.**), así como publicación de materiales diversos sobre los mismos (**ACTIVIDADES a.2.3; a.2.10; a.r.4; a.m.10**).
- Actividad informativa de relevancia en las que se presenten los logros del programa operativo (**ACTIVIDAD a.1.7**)
- Reuniones, grupos de trabajo y actividades de información fuera y en el seno del Comité de Seguimiento (**ACTIVIDADES d.1.6; e.1.1. y e.2.2**).
- Actividades dirigidas a difundir los resultados y logros del PO a través de las páginas Web y redes sociales de la AG, OIG, REGP y REMP, boletines de noticias o notas de prensa, entre otros, de los resúmenes de los informes de evaluación y final. (**ACTIVIDADES a.1.1; a.1.4; a.2.7; b.2.2; a.r.1; a.r.4;a.r.9; a.m.1; a.m.4; a.m.9**)

4.2. CONSIDERACIONES GENERALES EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES

Las actividades de información y publicidad propuestas se desarrollarán de acuerdo a las consideraciones relacionadas a continuación.

a) *Normativa europea y nacional*

Se deberá tener en cuenta las obligaciones derivadas de la aplicación de la regulación europea y nacional, en particular las recogidas en los artículos 18, 119 y en el anexo V del Reglamento (UE) nº 508/2014 y el Reglamento de Ejecución (UE) nº 763/2014 de la Comisión, de 11 de julio, por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) nº 508/2014 en lo que respecta a las características técnicas de las medidas de información y publicidad y las instrucciones para crear el emblema de la Unión.

El anexo V del RFEMP recoge en concreto las responsabilidades del Estado, la Autoridad de Gestión/OIG, en cuanto a las actividades de información y publicidad dirigidas al público en general, a los beneficiarios potenciales y a los beneficiarios, además de las características técnicas que debe reunir la lista de operaciones financiadas por el FEMP.

De acuerdo con el Reglamento de Ejecución (UE) nº 763/2014 de la Comisión, **todas las actividades de información y publicidad deberán exhibir:**

- El emblema de la Unión, de conformidad con el artículo 2 del Rto (UE)763/2014 claramente visible y en lugar destacado, junto con una referencia completa a la Unión Europea, sin abreviar y de conformidad con las características establecidas en el artículo 3 del citado Reglamento.
- Una referencia al Fondo Europeo Marítimo y de Pesca; en el caso de que intervengan varios Fondos, la referencia al FEMP se sustituirá por una referencia a los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (Fondos EIE) de conformidad con el artículo 1.b así como con el artículo 4 del Rto (UE) 763/2014.
- Se podrá incorporar también el logotipo oficial del OIG junto al logo de la Unión. El tamaño del logo de la Unión será como mínimo del mismo tamaño (medido en altura o anchura) que el mayor de los logotipos. Se recomienda colocar el emblema de la UE, claramente separado del logotipo de un tercer organizador.
- En el caso de que se disponga de sitio web, el emblema será visible dentro del área de visualización del dispositivo digital, figurará en color salvo casos justificados en los que sólo pueda usarse la versión monocroma y de acuerdo con las condiciones del artículo 2 del Rto de Ejecución indicado.
- Siempre que sea posible, para uso profesional, además de lo anterior se deberá incluir el siguiente hiperenlace al sitio web de la Comisión dedicado al FEMP: http://ec.europa.eu/fisheries/cfp/market/faq/index_en.htm



Además de lo anterior, y en relación al suministro de la información, los gestores y los grupos de acción local deberán garantizar que se de cumplimiento a lo establecido en artículo 125 del Rto (UE) nº 1303/2013 en lo relativo a proporcionar a la Autoridad de Gestión, a los evaluadores designados o a otros organismos en que dicha autoridad haya delegado la realización de tareas, toda la información necesaria para poder realizar el seguimiento y la evaluación del programa, así como los datos correspondientes a las operaciones seleccionadas para ser subvencionadas, según el artículo 97.1 del Rto FEMP.

En todas las líneas de ayudas o contratos, que contemplen la realización de operaciones que vaya a ser financiadas con el FEMP, debe aparecer una referencia a la ayuda del Fondo, indicando que es una actuación cofinanciada por la Unión Europea y el porcentaje de cofinanciación. Esta información también debe aparecer en la resolución de concesión. En la documentación (Anexo de solicitud, pliegos, contratos,...) se incluirá los logos y referencias a la UE y al FEMP de acuerdo con el Rto de Ejecución (UE) nº 763/2014.

Cuando se aprecie la posibilidad que las actuaciones contempladas bajo una determinada orden o contrato puedan disponer de ayuda del FEMP, en toda la documentación que se redacte para su gestión, se incluirá el siguiente texto:

“El presente contrato /línea de ayudas podrá ser financiado en el marco del Programa Operativo para España del Fondo Europeo Marítimo de la Pesca 2014-2020, financiado por...(el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA)// OIG correspondiente) y el Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca (FEMP).

El FEMP podrá cofinanciar el proyecto hasta un máximo del xxxx%, del gasto finalmente elegible. La cofinanciación del Fondo conllevará el cumplimiento de los siguientes requisitos XXXX ”

En la documentación se incluirá los logos y referencias a la UE y al FEMP de acuerdo con el Rto de Ejecución (UE) nº 763/2014.

En el caso que se decidiera la contribución del Fondo con posterioridad a la publicación de la normativa reguladora o pliegos de cláusulas administrativas o particulares y en los que no se recoge referencia alguna al Fondo, deberá subsanarse esta carencia, aportando la información indicada, contribución FEMP y obligaciones derivadas, a todos los beneficiarios.

Lo indicado en los párrafos anteriores también afecta a los proyectos que se instrumentan mediante inversiones llevadas a cabo por los propios OIG o AG, siendo estos los beneficiarios de las mismas. Para estos proyectos, además se deberá disponer de una Resolución de la Autoridad de Gestión /OIG en la que se determine que la operación cumple con los requisitos del PO y que no se ha solicitado ni recibido ayudas de otros fondos para los mismos gastos.

De acuerdo con el apartado 3.1.2.c) del Anexo V *los beneficiarios potenciales deben estar informados de la conveniencia de que las solicitudes incluyan actividades de comunicación, proporcionales a la envergadura de la operación, para informar al público sobre los objetivos de la operación y sobre la ayuda de la Unión a la misma.*



Unión Europea
Fondo Europeo Marítimo y
de Pesca (FEMP)



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

MODELO A UTILIZAR EN LAS ACTUACIONES DE INFORMACIÓN, PUBLICIDAD, DIFUSIÓN DEL PROGRAMA OPERATIVO PARA ESPAÑA 2014 2020 DEL FONDO EUROPEO MARÍTIMO Y DE LA PESCA (FEMP)



Unión Europea

**Fondo Europeo Marítimo y
de Pesca (FEMP)**

b) Principio de igualdad de oportunidades

De acuerdo con el artículo 7 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013, de *promoción de la igualdad entre hombres y mujeres y no discriminación*, se deberán tomar *“las medidas oportunas para evitar cualquier discriminación por razón de sexo, raza u origen étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual durante la preparación y ejecución de los programas. En particular, durante la preparación y aplicación de los programas se tendrá en cuenta la accesibilidad para las personas con discapacidad.”*

Por ello, los materiales se pondrán a disposición en formatos accesibles para las personas con discapacidad sensorial, se emplearán subtítulos en los audiovisuales que se elaboren y en todas las actividades que se basen en emisión de imágenes, y se considerará la opción de incluir la locución de las publicaciones que se difundan a través del espacio web. Asimismo, se adaptarán los productos digitales a los distintos tamaños de pantalla, para que se pueda leer el contenido con independencia del dispositivo que se elija o que se necesite utilizar. Se podrá utilizar además para las publicaciones electrónicas tipos de letra que estén concedidas para lectores con discapacidad visual, y en la medida de lo posible, se emplearán programas de lectura de texto (TTS) que permitan convertir el texto digital a voz sintetizada a través del programa informático adecuado.

Como referencia a la hora de garantizar la accesibilidad a los contenidos digitales, y con el fin de ayudar y facilitar el acceso a la información, las páginas Web tendrán en cuenta las pautas y recomendaciones indicadas por el grupo de trabajo WAI (Web Accessibility Initiative), que conforman un estándar en materia de accesibilidad a las páginas Web.

Finalmente de cara a promover mecanismos de igualdad, se incorporará de forma particular la difusión de las actividades de información y publicidad hacia las asociaciones de mujeres, organizaciones de empresarias, etc. de ámbito nacional y regional, de cara a incrementar sensiblemente el acceso de las mujeres a la información relacionada con el PO, y por ende, a la información sobre las posibilidades que ofrecen los recursos comunitarios. En esta tarea será decisiva la labor de la Red Española de Mujeres del Sector Pequero, que contribuirá a difundir las posibilidades del FEMP así como los logros obtenidos con su apoyo.

c) Comunicación interna

La Autoridad de Gestión y las unidades gestoras, prestarán especial atención a la comunicación interna entre ellos en la gestión del PO, con la finalidad de coordinar una aplicación eficaz y eficiente de las medidas. Para ello, se dispondrán todas aquellas herramientas que aclaren o resuelvan cuestiones relacionadas con la gestión y aplicación del Programa, incluyendo, como complemento del Comité de Seguimiento, la posible creación de grupos de trabajo. A continuación se recogen algunas de las actividades contempladas en el apartado 4, que tienen esta finalidad de comunicación:

- La elaboración de instrucciones prácticas para regular los procedimientos de gestión y comunicación en el ámbito del PO (**ACTIVIDAD d.1.1.**)

- La celebración de reuniones y jornadas dirigidas a unidades gestoras (**ACTIVIDAD d.1.2.**)
- La constitución del Grupo de Responsables en Información y Publicidad del PO (**ACTIVIDAD d.1.3**)
- El establecimiento de una línea de asesoramiento permanente para el adecuado cumplimiento de los requisitos de comunicación y la resolución de dudas de las unidades gestoras (**ACTIVIDAD d.1.4 y d.r.4 y d.1.5**)
- La difusión del contenido del PO a través de otras administraciones y entidades en colaboración con los OIG y AG (**ACTIVIDADES e.1.1 y e.2.2**)

En la misma línea de mejora de la comunicación interna, los gestores atenderán a las indicaciones de la AG o acuerdos que se adopten en el Comité de Seguimiento en cuanto a los procedimientos a seguir para todas aquellas actuaciones que puedan tener repercusión en el Plan de Información y Publicidad, con especial consideración al flujo de información entre las unidades gestoras y la Autoridad de Gestión.

d) Registro de actividades

Las unidades gestoras deberán recopilar los, datos, hechos, etc. de cada actuación que se considere que puedan ser susceptibles de ser difundidos y divulgados, teniendo en cuenta el grupo destinatario de dicha información y el medio utilizado para ello (medios de comunicación, prensa o radio, portal web, redes sociales, material impreso...). Todo ello se transmitirá a la Autoridad de Gestión. Ésta deberá registrar la información relativa a las actividades realizadas en materia de información y publicidad.

Entre otros, el objetivo de este registro es disponer de la información necesaria para el adecuado seguimiento del Plan así como dar respuesta al apartado 7 del ANEXO *Modelo par informe anual de ejecución del FEMP* del Reglamento de ejecución (UE) nº 1362/2014 de la Comisión.

La Unidad responsable en información y publicidad (**ACTIVIDAD d.1.3**) se encargará de la recogida y registro de la información de acuerdo con el apartado 8 *Indicadores de seguimiento*.

5. PRESUPUESTO INDICATIVO

Dado el retraso en la puesta en marcha del Programa no se ha concretado hasta el momento el número y tipo de actuaciones que se van a llevar a cabo, por lo que resulta imposible estimar el presupuesto dirigido a la ejecución del Plan de información y publicidad para el periodo 2014-2020.

Es posible que durante el periodo 2014-2020 sea necesario un mayor esfuerzo en materia de Información y Publicidad. Alguna de las razones que podrían justificar esta afirmación son las existencia de nuevas medidas, las limitaciones y posterior eliminación de alguna de las más demandadas, el cierre anual de cuentas, la dispersión normativa o la existencia de nuevos requisitos que complican y alargan la gestión... Por estos y otros motivos, **la información**, no solo a los beneficiarios, sino también a los gestores juega un papel, al menos tan importante como **la publicidad** de las medidas.

Las actuaciones que se adopten deben centrarse en ampliar el conocimiento del FEMP no solo de las posibilidades que ofrece, sino también de cómo debe gestionarse, es decir la información debe dirigirse al terreno de los beneficiarios y de los gestores.

Las actividades de información y publicidad deben asegurar que el mayor número de beneficiarios potenciales y beneficiarios reales conocen las posibilidades del FEMP y el papel que desempeña la UE.

Las actividades que previsiblemente tendrán mayor repercusión presupuestaria pueden incluir eventos y actos públicos, divulgaciones en medios de comunicación (prensa escrita, radio, televisión, etc), publicaciones y material publicitario. Las actividades como las relativas a la comunicación interna o participación en jornadas, serán igualmente sufragadas, en la medida de lo posible a través de la medida de asistencia técnica y con recursos propios de las unidades que las desarrollen.

La medida de asistencia técnica del Programa Operativo dispone de un presupuesto FEMP total de 59.850.889 €.

6. ORGANISMOS ADMINISTRATIVOS RESPONSABLES

La Dirección General de Ordenación Pesquera, como Autoridad de Gestión del PO, en el ámbito de sus competencias, dinamizará y coordinará las actividades de información y publicidad del Programa.

La unidad coordinadora designada por la Autoridad de Gestión en relación con las actividades de Información y Publicidad del PO es la Subdirección General de Política Estructural, los datos de contacto son:

Dirección General de Ordenación Pesquera
 Subdirección General de Política Estructural
 Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
 Calle Velázquez 144 - 28071 Madrid
 Teléfono: 91 347.6061/6062
 Fax: 91 347.6063

Correo-e: UAIFOP@magrama.es

Las unidades gestoras del PO designarán a sus representantes en materia de información y publicidad. Los datos de contacto de los OIG sus correos y los link son los siguientes:

TABLA 2: CONTACTOS DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Nombre de la autoridad/organismo OIG	Correo electrónico	WEB
AGE		
Subdirección General de Política Estructural	gesfonpm@magrama.es	http://www.magrama.gob.es/es/pesca/temas/fondos-europeos/femp/default.aspx
Subdirección General de Control e Inspección	inspecpm@magrama.es	http://www.magrama.gob.es/es/
Subdirección General de Economía Pesquera.	comerpm@magrama.es	http://www.magrama.gob.es/es/
Subdirección General de Protección de los Recursos Pesqueros	sgprotec@magrama.es	http://www.magrama.gob.es/es/
Subdirección General Caladero Nacional, Aguas Comunitarias y Acuicultura	calnacpm@magrama.es	http://www.magrama.gob.es/es/
Subdirección General de Promoción Alimentaria.	sgpromocion@magrama.es	http://www.magrama.gob.es/es/
Subdirección General de Estadística.	sgestadi@magrama.es	http://www.magrama.gob.es/es/
Subdirección General de Seguridad Social de los Trabajadores del Mar. (Instituto Social de la Marina).	elena.martinez3@seg-social.es ; ism@seg-social.es	http://www.seg-social.es/Internet_1/LaSeguridadSocial/QuienesSomos/InstitutoSocialdeLa29421/index.htm?ID=29421
Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI)	promocion@cdti.es	https://www.cdti.es/
Instituto Español de Oceanografía (IEO).	DIRECTOR@md.ieo.es	http://www.ieo.es/
Fundación Biodiversidad	fep@fundacion-biodiversidad.es	http://fundacion-biodiversidad.es/

COMUNIDADES AUTÓNOMAS		
Andalucía: DG Pesca y Acuicultura. Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural	dg-pa.sccc.capder@juntadeandalucia.es	http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/portal/areas-tematicas/pesca-y-acuicultura/fondo_europeo_pesca.html
Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera. Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural	formacion.ifapa@juntadeandalucia.es / mcastillo.rueda@juntadeandalucia.es	http://www.juntadeandalucia.es/organismos/agriculturapesca/develop/develop/consejeria/adscritos/ifapa.html
Agencia de Gestión Agraria y Pesquera. Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural	agencia.agapa@juntadeandalucia.es	http://www.juntadeandalucia.es/organismos/agriculturapesca/develop/develop/consejeria/adscritos/agapa.html
DG de Gestión del Medio Natural. Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.	dggmn.secretaria.cmaot@juntadeandalucia.es	http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente
Asturias: DG. Pesca Marítima. Consejería de Desarrollo Rural y Recursos Naturales	Alberto.vizcainofernandez@asturias.org	http://tematico.asturias.es/dgpsca/index.php
Aragón: DG Alimentación y Fomento Agroalimentario. Dpto. Desarrollo Rural y Sostenibilidad	direccionafaagma@aragon.es	http://www.aragon.es/DepartamentosOrganismosPublicos/Departamentos/DesarrolloRuralSostenibilidad
Islas Canarias: DG de Pesca. Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Aguas.	ucafep.cagpa@gobiernodecanarias.org	http://www.fepcanarias.es/index.php/femp
Cantabria: DG. Pesca y Alimentación. Consejería de Medio Rural, Pesca y Alimentación	dgpescayalimentacion@cantabria.es	http://www.cantabria.es/web/direccion-general-pesca-y-alimentacion-cdrgpb
Castilla-La Mancha: DG. Industrias Agroalimentarias y Cooperativas. Consejería de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural	dgiac@jccm.es	http://www.castillalamancha.es/gobierno/agrimedambydesrur/estructura/dgindustriaagroycoo/directorio
DG. Política Forestal y Espacios Naturales. Consejería de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural	dgpfen@jccm.es	http://www.castillalamancha.es/gobierno/agrimedambydesrur/estructura/dgapfyen/directorio
Castilla y León: DG. Competitividad de la Industria Agroalimentaria y de la Empresa Agraria. Consejería de Agricultura y Ganadería	morviljo@jcy.es;pitalbfe@jcy.es	http://www.gobierno.jcy.es/web/jcy/Gobierno/es/Plantilla66y33/1284433317614/ / /
Cataluña: DG. Pesca y Asuntos Marítimos. Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación	dg05.daam@gencat.cat	http://agricultura.gencat.cat/es/inici/index.html
Ceuta: Sociedad para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A	procesa@procesa.es	http://www.procesa.es/index.php
Extremadura: DG. Medio Ambiente. Consejería de Medio Ambiente y Rural, Políticas Agrarias y Territorio	dgma.adrmay@gobex.es	http://extremambiente.gobex.es/index.php
Galicia: DG. Pesca, Acuicultura e Innovación Tecnológica. Consejería del Mar	sxmar.cmr@xunta.es	http://www.medioruralemar.xunta.es/
DG. Desarrollo Pesquero. Consejería del Mar	cma.dxdesarrollo@xunta.es	http://www.medioruralemar.xunta.es/
Islas Baleares: Servicio de Ayudas OCM, del Estado y de Pesca del FOGAIBA. Consejería de Agricultura, Medio Ambiente y Territorio	fempib@dgpesca.caib.es	http://www.caib.es/govern/organigrama/area.do?lang=es&coduo=3229
La Rioja: Agencia de Desarrollo Económico	jurena@larioja.org / alarrea@larioja.org	http://www.ader.es/
Comunidad de Madrid: DG. Agricultura y Ganadería. SG. Recursos Agrarios. Área Industrias Agroalimentarias. Consejería de Medio Ambiente, Administración Local y Ordenación del Territorio	dgmambiente@madrid.org	http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=CM_Agrupador_FP&cid=1142359945104&idConsejeria=1109266187260&idListConsj=1109265444710&idOrganismo=1142359945104&language=es&pagename=ComunidadMadrid%2FEstructura
Región de Murcia: DG. Agricultura, Ganadería, Pesca y Acuicultura. Servicio de pesca y acuicultura. Consejería de Agua, Agricultura y Medio Ambiente.	carment.morales@carm.es; emilio.mariadolores@carm.es	http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=67&IDTIPO=200&PLANT_PERSONALIZADA=/JSP/CARM/nuevoPortal/organigramas/plantillaDetalleOrganigrama.jsp&IDESTRUCTURAJERARQUICA=182&RASTRO=c\$m22660,121

Navarra: Dirección de Fomento Empresarial. Departamento de Desarrollo Económico	jartazcs@navarra.es	http://www.navarra.es/home_es/Gobierno+de+Navarra/Vicepresidencia+Desarrollo+Economico/DG+Politica+Economica+Empresarial+Trabajo.htm
País Vasco: Dirección de Pesca y Acuicultura. Departamento de Desarrollo Económico y Competitividad	pesca-dec@ej-gv.es	http://www.nasdap.ejgv.euskadi.eus/r50-pesca/es/
Dirección de Desarrollo Rural y Litoral y Políticas Europeas. Departamento de Desarrollo Económico y Competitividad	desrural-dec@ej-gv.es	http://www.nasdap.ejgv.euskadi.eus/r50-5333/es/contenidos/informacion/dr_portada/es_9746/dr_portada.html
Dirección de Investigación e Industrias Alimentarias. Departamento de Desarrollo Económico y Competitividad	ind-alimentarias@ej-gv.es	http://www.euskadi.eus/institucion/estructura-y-funciones-del-departamento-de-desarrollo-economico-y-competitividad//web01-s2ekono/es/r01hRedirectCont/contenidos/organo/dir_calidad_alimentaria/es_esdirca/es_dir_calidad.html#
Dirección de Infraestructuras del Transporte. Departamento de Medio Ambiente y Política Territorial	DP-Trans@ej-gv.es	http://www.garraioak.ejgv.euskadi.eus/r41-12472/es/
Comunidad Valenciana: Dirección General de Agricultura, Ganadería y Pesca. Consejería de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.	beltran_fraand@gva.es ; bargiela_jos@gva.es	http://www.agricultura.gva.es/web/agricultura/pesca/presentacion

7. EL PAPEL DE LA RED ESPAÑOLA DE GRUPOS DE PESCA

Entre las necesidades recogidas en el DAFO del PO, se cita la de reforzar el trabajo en red y la cooperación entre asociaciones y entidades de los grupos. La Red de Grupos se constituye como el instrumento idóneo para fomentar y favorecer esta cooperación interregional. La Red tiene como objetivo prioritario, no solo intercambiar y transferir experiencias, sino también impulsar la creación de proyectos conjuntos grupos y **facilitar información** y extraer enseñanzas relacionadas con el desarrollo de las zonas de pesca.

De acuerdo con el artículo 78 del Reglamento (UE)nº 508/2014, a través de la medida de asistencia técnica, el FEMP podrá conceder ayuda a :

“la creación de redes nacionales cuyos objetivos sean la difusión de información, la creación de capacidad, el intercambio de buenas prácticas y el apoyo a la cooperación entre los GALP del territorio del Estado miembro”

La Red integra a todas las organizaciones y administraciones participantes en los grupos de acción local con el objetivo de facilitar la difusión, comunicación e información sobre el PO y e impulsar el desarrollo participativo que favorezca la cohesión territorial, apoyando la diversificación y la creación de empleo, mejorando así la calidad de vida de las zonas costeras.

La estructura de la Red Española de Grupos de Pesca (REGP) se establece mediante un modelo de gobernanza definido en su Reglamento Interno. La presidencia corresponde a la Secretaría General de Pesca a través de la Dirección General de Ordenación Pesquera, la vicepresidencia a las Comunidades Autónomas integrantes (Asturias, Andalucía, Canarias, Cantabria, Cataluña y Galicia) de forma rotativa, un secretario técnico, las Comunidades Autónomas y las Redes Locales y Grupos. Se prevé la incorporación de aquellas nuevas Comunidades Autónomas que apliquen el desarrollo local participativo en el marco del FEMP.

Los objetivos de la REGP son:

- servir de plataforma de aprendizaje e intercambio de experiencias entre Grupos y Autoridades de Gestión de CC.AA y Secretaría General de Pesca.
- Impulsar el desarrollo de las zonas costeras.
- Facilitar el flujo de información.
- Ser miembro de la Red Europea de Grupos de Pesca, FARNET.

Se trata de una plataforma que facilita la cooperación y el trabajo en red, dando el protagonismo al trabajo de los grupos, autoridades de gestión e instituciones públicas y privadas implicadas en consolidar un presente sostenible y un futuro viable para las comunidades pesqueras.

7.1. EL PAPEL DE LA RED ESPAÑOLA DE GRUPOS DE PESCA EN EL PLAN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DEL PO

La Red Española de Grupos de Pesca está contemplada dentro de las prioridades de estrategia sobre la contribución del Programa Operativo del Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, como impulsora de estrategias de desarrollo local participativo.

En la prioridad 1 “Fomento de una pesca sostenible y competitiva”, se ha identificado como una necesidad principal el fomento de la dimensión socioeconómica del sector pesquero. Para ello se promoverá el trabajo en red, como la Red Española de Grupos de Pesca, que será el instrumento dinamizador de las acciones realizadas por los grupos de pesca, el diálogo social y el intercambio de experiencias y buenas prácticas.

Así mismo la prioridad 4 “Aumentar el empleo y la cohesión territorial” hace referencia a la necesidad de apoyar la cooperación y el trabajo en Red, reforzando la Red Española de Grupos de Pesca.

Para cumplir esta función dinamizadora, la REGP como canal de información, comunicación, difusión y cooperación, desarrolla las siguientes actividades:

- **ACTIVIDAD a. r.1. Página web de la REGP.** Acceso a la Información relativa al conjunto de los Grupos de Acción Local de Pesca (GALP) que integran la REGP; en concreto documentos de apoyo, información de los Grupos, descripción detallada de los proyectos, noticias de interés, boletines informativos, normativa, etc. La información será publicada además en la web de la REGP (regp.tragsatec.es). Así mismo, desde las Redes Sociales hay una continua difusión de las acciones llevadas a cabo desde la Red y se da a conocer información de interés sobre proyectos y noticias relevantes para los Grupos. En esta web se colgará también el boletín de la REGP. El compromiso de nutrir de información los contenidos de la página web de la REGP corresponde a los GALP y a los OIG. En este Punto web debería recogerse el enlace con los GALP o indicar la forma de contacto con ellos
- **ACTIVIDAD a.1.r.1. Página web del MAGRAMA.** En la URL www.magrama.gob.es/es/pesca/temas/red-espanola-grupos-pesca/, alojada en la web del Ministerio, se hace una reseña de la REG, así como de la Red Europea (Farnet), con los enlaces de acceso a sus respectivas webs, donde se puede encontrar información más detallada.
- **ACTIVIDAD a.r.4. Boletín de la REGP.** Trimestralmente se recogerá información para difundir y conocer más de cerca a los GALP, las acciones e iniciativas que se llevan a cabo así como destacar y profundizar diferentes cuestiones que puedan ser de interés para los GALP y sus integrantes. Será publicado, además de en el espacio REGP de la web del MAGRAMA, en la web de la REGP (regp.tragsatec.es).
- **ACTIVIDAD a.r.9. Difusión a través de redes sociales:** La REGP cuenta, entre otros instrumentos, con una página Web (<http://www.regp.tragsatec.es>), perfiles en redes sociales: Facebook (<https://www.facebook.com/Red-Espa%C3%B1ola-De-Grupos-De->

Pesca-848976581804693/), Twitter (<https://twitter.com/redgrupospesca>), Canal Youtube (<https://www.youtube.com/channel/UCCuyg6W9pKs8MVHE45Uil0w>)

- **ACTIVIDAD b.r.3. Participación en jornadas divulgativas organizadas por los GALP.** El coordinador de la REGP asiste como ponente a jornadas organizadas por los GALP, cuando es requerido. El objetivo es divulgar el Desarrollo Local entre las comunidades locales, así como explicar los aspectos más destacados del mismo y resolver posibles cuestiones que pudiesen surgir.
- **ACTIVIDAD d.r.1. Elaboración orientaciones o guías sobre procedimientos de gestión e información y publicidad en el ámbito del PO.** La REGP tiene prevista la elaboración de estos documentos para que sirvan como herramienta de trabajo a los GALP.
- **ACTIVIDAD d.r.2. Reuniones y jornadas dirigidas a unidades gestoras.** En colaboración con la Red Europea de Zonas de Pesca (FARNET) se realizan encuentros con Administraciones Públicas de las CCAA que integran la REGP, en la que se analizan y exponen previsiones/resultados de los trabajos llevados a cabo, así como aportación de mejoras a realizar.
- **ACTIVIDAD d.r.3. Visitas de coordinación con GALP sobre el terreno.** Para el periodo FEMP están previstos encuentros in situ en las zonas de desarrollo local para el seguimiento directo del funcionamiento de los Grupos, análisis de su evolución y conocimiento de las iniciativas puestas en marcha con el objetivo de impulsar y dar conocer labor que llevan a cabo en sus diferentes zonas de actuación.
- **ACTIVIDAD d.r.4. Reunión, al menos una vez al año, de la Red Española de Grupos de Pesca.** Sesión plenaria en la que participan los integrantes de la REGP, representantes de las **Administraciones autonómicas de pesca y FARNET** con el objeto de reforzar la coordinación y favorecer el intercambio de experiencias. La REGP podrá promover reuniones entre GALP, AG y OIG de zonas supraregionales por dependencia de caladero, ubicación geográfica, etc
- **ACTIVIDAD d.r.5. Correo redfep@magrama.es.** Es el correo oficial de la REGP. A través del mismo se remiten las novedades más destacadas en el ámbito del Desarrollo Local en el ámbito de la pesca y la acuicultura. También es el canal de comunicación que tienen tanto los organismos intermedios, como los GALP y otros agentes involucrados con la REGP, pudiendo plantear consultas, propuestas...

8. RED ESPAÑOLA DE MUJERES EN EL SECTOR PESQUERO

Teniendo en cuenta las consideraciones generales descritas en el desarrollo de las actividades de información y publicidad que se describen en el apartado 4.3.b) relativo al principio de igualdad de oportunidades y para dar cumplimiento al artículo 7 del Reglamento nº 1303/2013, la Red Española de Mujeres en el Sector Pesquero (REMSP) actúa como herramienta para velar por la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación.

Como destaca el PO, el trabajo de la REMSP ha favorecido la comunicación entre los distintos colectivos de mujeres, dando visibilidad y reconocimiento a las iniciativas emprendidas, así como a los proyectos y buenas prácticas en los sectores de la pesca y la acuicultura.

Por otra parte el PO operativo español cuenta con un dictamen favorable del Instituto de la Mujer y para Igualdad de Oportunidades, que avala tanto su estrategia, la implantación, el desarrollo como el seguimiento y evaluación del mismo en relación a la integración del principio de igualdad de oportunidades.

En este marco, y de cara a cumplir con las obligaciones establecidas en este plan de información y publicidad, la REMSP se encargará de coordinar y revisar las distintas actuaciones, que en materia de igualdad se lleven a cabo en el marco del programa operativo español del FEMP.

En este sentido, se tendrán en cuenta aquellas operaciones que figuren en la base de datos APLIFEMP y que cuenten con algún criterio e indicador con incidencia positiva en la igualdad de género.

8.1. EL PAPEL DE LA RED ESPAÑOLA DE MUJERES EN EL SECTOR PESQUERO EN EL PLAN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DEL PO

Las actividades llevadas a cabo por la Red Española (m) se consideran que van dirigidas al público en general (a) o a potenciales beneficiarios (b).

La REMSP enmarcadas en este plan, llevará a cabo las siguientes actividades:

- **ACTIVIDAD a.m.1. Punto de la web de la Red Española de Mujeres del Sector Pesquero (REMSP)** dedicado al PO del FEMP. Esta página web se encuentra alojada en el portal del MAGRAMA (URL: <http://www.magrama.gob.es/es/pesca/temas/red-mujeres/>) en que se recoja toda la información y documentación actualizada relacionada con la integración del principio de igualdad de género en este fondo.
- **ACTIVIDAD a.m.3 Materiales divulgativos y gráficos sobre igualdad de género.** La REMSP elaborará diferentes materiales informativos (como dípticos, folletos, presentaciones, etc.) para su difusión en eventos.

- **ACTIVIDAD a.m.4 Boletín de la REMSP. Trimestralmente**, se recogerá información para visibilizar y poner en valor la participación de la mujer en la pesca, así como las medidas que en el marco del FEMP se lleven a cabo en relación con las mujeres del sector y la igualdad de oportunidades.
- **ACTIVIDAD a.m.9 Presencia de la REMSP en redes sociales**. Para ganar mayor visibilidad se llevará a cabo la difusión en redes sociales (tales como Facebook, LinkedIn, etc.) de las actuaciones de la REMSP, así como aquellas que lleven a cabo las propias mujeres de la pesca o que tengan relación con la igualdad.
- **ACTIVIDAD a.m.10 Documentos y publicaciones en materia de igualdad de género**. La REMSP elaborará y dará difusión a informes, diagnosis, planes estratégicos, buenas prácticas, etc. en relación al trabajo de la mujer en la actividad pesquera. En este sentido, tendrá especial relevancia el seguimiento del Plan para la Igualdad de Género en el Sector Pesquero y Acuícola y del Dictamen favorable en materia de igualdad al PO del FEMP.
- **ACTIVIDAD b.m.3 Organización y participación de la REMSP en eventos, jornadas y actos públicos**. La REMSP organiza jornadas y congresos de carácter nacional que sirven de punto de encuentro para **las mujeres de la pesca** y para la difusión y visibilidad de sus actividades. En dichos eventos se incluirán ponencias, coloquios, presentaciones, etc. en donde se abordará el papel de la mujer en la actividad pesquera, destacando la contribución de las ayudas FEMP.
- **ACTIVIDAD d.m.4 la REMSP** también participa en actos públicos de carácter sectorial vinculados a la igualdad de oportunidades como es el caso de las reuniones de la **Red de Políticas de Igualdad en Fondos Estructurales**.

8.2. SEGUIMIENTO DE PROYECTOS COFINANCIADOS CON EL FEMP

Al margen de las actuaciones indicadas en el apartado anterior, la Red realizará el seguimiento y difusión de los proyectos que se lleven a cabo con el apoyo del FEMP y que favorezcan la igualdad de género y la no discriminación. Para ello, como ya se ha indicado en el punto 8, los órganos gestores, cumplimentarán los criterios de selección e indicadores horizontales dirigidos a este principio.

De esta forma, se podrán identificar las actuaciones que valorara la Red Española de Mujeres en colaboración con los OIG y de manera especial con la Red Española de Grupos de Pesca. La Red Española de Mujeres coordinará los elementos de valoración de los proyectos financiados con el FEMP de acuerdo con los objetivos señalados en el Plan de Igualdad de Género en el Sector de la Pesca, contribuyendo activamente a la difusión de los más significativos.

9. SISTEMA DE SEGUIMIENTO

El establecimiento de un sistema de seguimiento del Plan de Información y Publicidad se basa en la necesidad de evaluar las actividades realizadas para dar visibilidad y difusión al PO, las medidas que contiene y el papel desempeñado por el FEMP y la Unión, tal y como se recoge en el artículo 119 del Reglamento (UE) nº 508/2014, así como las actuaciones en materia de información a los beneficiarios y entre los órganos gestores.

De acuerdo con ello, el **seguimiento** se instrumentará a través de:

- Recopilación de las actividades de información y publicidad adoptadas cada año para su inclusión en los informes anuales de ejecución, tal y como establece el Anexo del Reglamento de Ejecución (UE) nº 1362/2014 en su punto 7, con especial atención a la legislación nacional, incluida cualquier limitación en lo que atañe a la publicación de datos de personas físicas.

Los distintos organismos gestores son los responsables de cumplimentar estos indicadores y remitirlos a la Autoridad de Gestión.

Para el seguimiento se han seleccionado los siguientes indicadores que poseen una vinculación directa con los objetivos generales y las actividades del Plan, lo que permitirá cuantificar anualmente los avances alcanzados.

Como aclaración del procedimiento utilizado para la denominación de las actuaciones se recoge a continuación el criterio seguido:

1ª Letra indica: destinatario de la actividad	2º Dígito indica el responsable de la actividad	3º Dígito se asigna a cada tipo de acción llevada a cabo en los campos anteriores *
a público en general	1 Autoridad Gestión	Se ha tratado de mantener el mismo número para la misma actividad, con independencia del órgano que la lleve a cabo. Ejemplo: a.2.10 elaboración y difusión de Informes por el OIG dirigidos al público en general a.m.10 elaboración y difusión de Informes por REMSP para el público en general
b: beneficiarios potenciales	2 Organismo Intermedio	
c: beneficiario	r Red Española. de grupos de pesca	
d: unidades gestoras	m Red Española de Mujeres del sector pequero	
e: otros destinatarios		

TABLA 3. INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

	INDICADOR	OBJETIVO RELACIONADO (*)	ACTIVIDAD DEL PLAN RELACIONADA (**)
1	Número de eventos y actos públicos realizados	OG 1; OG 2 ; OG3	a.1.5; a.1.6; ; a.2.1; a.2.2; a.2.4; a.2.6; b.1.3; b.1.5; b.2.3; b.r.3; b.m.3
	1.1 Número de eventos y actos públicos que contasen con adaptación para las personas con discapacidades sensoriales	Principio Horizontal	b.1.4; b.2.5
2	Número de asistentes a eventos y actos públicos	OG 1; OG 2; OG3	a.1.5; a.1.6; ; a.2.1; a.2.2; a.2.4; a.2.6; b.1.3; b.2.3; b.r.3; b.m.3; b.1.4; b.2.5
3	Número de publicaciones en medios de comunicación	OG 1; OG 2; OG3	a.1.3; b.2.2;
	3.1 Número de publicaciones en medios de comunicación adaptadas para las personas con discapacidades sensoriales	Principio Horizontal	b.1.4; b.2.5
4	Número de publicaciones oficiales, licitaciones, bases reguladoras y órdenes de ayudas, convenios, etc.	OG 2; OG3	b.1.2; b.2.1; c.1.2; c.2.2
5	Número de publicaciones editadas por AG , gestores y Redes (REGP; REMSP)	OG 1.; OG 2.	a.1.1; a.1.2; a.1.4; a.2.3; a.2.5; a.2.10; b.1.1; b.2.4; a.r.4; a.m.3; a.m.4;a.m.10;
	5.1 Número de publicaciones adaptadas para las personas con discapacidades sensoriales (web oficiales adaptadas)	Principio Horizontal	b.1.4; b.2.5; a.1.1; a.2.7
6	Número de páginas redes sociales y cuentas para apartados específicos sobre PO	OG 1;	a.2.9; a.m.9; a.r.9;
7	Número de páginas web con apartados específicos sobre PO	OG 1; OG 2; OG3	a.1.1; a.2.7, a.r.1; a.m..1
8	Número de productos de merchandising o material publicitario elaborados así como la participación en ferias	OG 1;	a.2.8
9	Número de acciones de comunicación internas entre los AG, OIG y otras administraciones y entidades	OG3.	d.1.1; ; d.1.2; d.1.3; d.1.4. d.1.5, d.1.6; e.1.1; e.2.1; e.2.2; e.r.1.1 d.r.1; d.r.2; d.r.3; d.r.4 d.m.4:
10	Número de consultas externas recibidas en relación con la ayuda FEMP	OG 2 y OG 3.	b.2.4; c.2.1; d.r.5;

	INDICADOR	OBJETIVO RELACIONADO (*)	ACTIVIDAD DEL PLAN RELACIONADA (**)
10.1	De carácter general		
10.2	Relacionadas con la Prioridad 1 (Pesca extractiva)		
10.3	Relacionadas con la Prioridad 2 (Acuicultura)		
10.4	Relacionadas con Prioridad 3 (Cumplimiento de la PPC)		
	9.4.1 Relacionados con recogida de datos		
	9.4.2. Relacionadas con control y vigilancia		
10.5	Relacionadas con la Prioridad 4 (GALP)		
10.6	Relacionadas con la Prioridad 5 (Comercialización y transformación)		
	10.6.1. Organizaciones de Productores		
	10.6.2. Comercialización		
	10.6.3. Transformación		
10.7	Relacionadas con las actuaciones de la REGP		
10.8	Relacionadas con las actuaciones de la REMSP		

(*) Los Objetivos Específicos han sido establecidos en el apartado 3 de este documento.

(**) Las actividades son las recogidas en el apartado 4 de este documento.

Los indicadores descritos responden a la siguiente definición:

- Número de eventos y actos públicos.** Recoge el acto de lanzamiento del PO, los actos informativos importantes que se realicen a lo largo del año y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas del PO.

Por lo tanto, dentro de esta categoría se considerarán los seminarios, jornadas, ferias, actos de presentación o inauguración de operaciones cofinanciadas, etc., siempre que todo o parte del contenido a tratar en los mismos esté referido a cualquier aspecto relacionado con el apoyo FEMP y su contribución al PO

Este indicador se presentará tanto en forma **acumulada**, como **desagregada** en función del tipo de destinatario para el que haya sido programado el evento o acto, diferenciando entre beneficiarios, unidades gestoras, beneficiarios potenciales o el público en general.

Número de asistentes a eventos y actos públicos. Cuantifica el número medio de asistentes en cada uno de los eventos en los que se ponga en valor la Política de Pesca Comunitaria y la contribución a su desarrollo del PO indicados en el punto anterior. Su cuantificación también se realizará diferenciando entre beneficiarios, unidades gestoras, beneficiarios potenciales o el público en general.

- **Número de publicaciones en medios de comunicación.** Recoge los distintos tipos de acciones de difusión realizadas en los medios (spots en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, noticias y “banner” en Internet, notas de prensa, en teletipos...) utilizados con motivo de dar a conocer el PO o alguna de sus medidas, entre el público. Se indicarán el número de cada uno de los spots en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, noticias y “banner” en Internet, notas de prensa, en teletipos, distintos que se han realizado y el número de sus emisiones o tirada en el caso de prensa papel. Se indicaran cuales de las anteriores se han difundido adaptadas para personas con discapacidades.
- **Número de publicaciones oficiales.** Incluye el número de licitaciones, bases reguladoras y órdenes de ayuda, convenios, etc publicadas y la indicación de los medios empleados en la publicación de cada una de ellas (prensa, boletines oficiales (BO) y Web, bases de datos, plataforma de contratación etc...) relativas a las medidas cofinanciadas. Se incluye en este indicador lo documentos dirigidos a informar de las condiciones que implica la aceptación de la ayuda a los beneficiarios (DECA)
- **Número de publicaciones editadas por la Autoridad de Gestión, organismos de gestión o Redes (REGP, REMSP).** Se recogen cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos, informes, evaluaciones, ...) con la finalidad de dar a conocer el PO o alguna de sus medidas concretas.

Se contabilizará el número de publicaciones diferentes y los ejemplares de cada una de ellas; el valor se presentará de de forma acumulada, así como desagregada en función de si la publicación ha sido en papel o digital, valorando para este último caso el número de descargas realizadas.

- **Número de páginas o sitios Web con apartados específicos sobre el PO.** Se contabilizan las principales Web utilizadas para la transmisión de información sobre el PO así como de las relacionadas con la aplicación de las medidas del PO, bien sean páginas desarrolladas expresamente al efecto o webs de uso profesional de los beneficiarios de las medidas. En las Web se debe realizar una mención específica en la que se destaque la contribución del FEMP y se incluya un hiperenlace al sitio web de la Comisión dedicado al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca
- **Número de Redes sociales:** Se incluirá el número de redes y se especificará el número de cuentas en cada una de ellas.
- **Número de productos de merchandising o material publicitario elaborados.** Se incluirá el material promocional realizado (bolígrafos, carpetas, camisetas, pen-drives, etc.). Se computará el número diferente de productos y la tirada o número de ejemplares distribuidos (la tirada o número de ejemplares distribuidos aporta información de resultados más que de realización).
- **Número de acciones de comunicación internas los AG, OIG y otras administraciones y entidades.** Se incluye toda la documentación distribuida desde la Autoridad de Gestión a las unidades gestoras y en el seno de estas.

Estas acciones deben entenderse en sentido amplio y podrán consistir en guías metodológicas, indicaciones, informes, correos electrónicos, reuniones, grupos de trabajo, jornadas... que tengan por objeto aclarar temas o resolver cuestiones relacionadas con la gestión y aplicación del FEMP, etc.

- **Número de consultas externas.** Se recogen las consultas realizadas por los interesados en participar en el PO. A diferencia de las consultas internas que son iniciativa de las autoridades del Programa, en este caso la iniciativa corresponde a los beneficiarios, beneficiarios potenciales o al público en general.

Entre dichas cuestiones se computarán las recibidas en el buzón de atención al ciudadano, así como los correos electrónicos dirigidos a las unidades gestoras del PO para la resolución de dudas relacionadas con la gestión y aplicación del FEMP, incluyendo cuestiones vinculadas con la comunicación.

El indicador se presentará tanto de forma acumulada como desagregada en función del gestor que es destinatario de la consulta, o la Autoridad de Gestión en su caso.

Los indicadores podrán subdividirse, concretarse o realizar cualquier especificación que se considere necesario para reflejar de una manera más exacta las actuaciones llevadas a cabo y sus resultados.

10. EVALUACIÓN

El proceso de **evaluación** del Plan de Información y Publicidad tiene la finalidad, de valorar la visibilidad y difusión del PO y de sus operaciones, así como del papel desempeñado por el FEMP y la Unión, es decir, aportar una medición y una valoración de la eficacia de las actividades de información y publicidad emprendidas.

Está previsto realizar dos **ejercicios de evaluación** a lo largo del periodo de programación, que permitan comprobar si la aplicación del Plan ha logrado aumentar la visibilidad del PO y del papel desempeñado por el FEMP, así como su contribución al desarrollo de la Política de Pesquera Comunitaria. El contenido y metodología de evaluación de estos dos ejercicios se definirán en función de los resultados obtenidos, a lo largo del desarrollo del Plan.

Anualmente se incluirá en el informe de ejecución un resumen de las actuaciones llevadas a cabo en materia e información, que será presentado al Comité de Seguimiento del PO, dando cumplimiento de este modo a lo establecido en el apartado 7 del Reglamento de Ejecución (UE) nº 1362/2014 y artículo 7 del Rto(UE)1303/2013.

Los informes presentados en 2017 y 2019 deberán disponer de una apartado sobre *“evaluación de la ejecución de acciones específicas para tener en cuenta los principios establecidos en el artículo 7 del Rto (UE) 1303/2013 sobre promoción de la igualdad entre hombres y mujeres y no discriminación, incluida la accesibilidad para las personas con discapacidad así como las medidas aplicadas para garantizar la integración de la perspectiva de género en el programa operativo”*.

Sin perjuicio de lo que se indique en el Plan de evaluación del PO, el análisis de las actuaciones en materia de Información y publicidad podría seguir la siguiente estructura:

1. Metodología de evaluación, incidiendo en cómo se han recogido los indicadores, dificultades y su valoración, etc.
2. Análisis de la aplicación de las actividades de información y publicidad, mediante la interpretación de los resultados de los indicadores definidos y propuesta, en su caso, actuaciones que traten de solventar retrasos observados en el cumplimiento de los objetivos
3. Estimación del impacto de las actividades de información y publicidad, que abordará tres temas fundamentales que aportan una dimensión realista de:
 - El grado de conocimiento de las obligaciones existentes en materia de programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.
 - La tasa de satisfacción de los beneficiarios respecto de la información facilitada.
 - La tasa de utilidad de las actividades.
4. Incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en las actividades de información y publicidad. Las necesidades de las mujeres en el acceso a los diferentes contenidos informativos.

- Las vías establecidas para facilitar información a las mujeres y discapacitados sobre las posibilidades de participación como beneficiarias de las medidas del PO.
 - La influencia de las actividades de información y publicidad en la sensibilización, por parte de la opinión pública, de la contribución del PO a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.
5. Conclusiones y recomendaciones: propuesta de nuevas actividades, valorando la opción, de introducir nuevas actividades al objeto de obtener la máxima eficiencia en la aplicación del Plan.