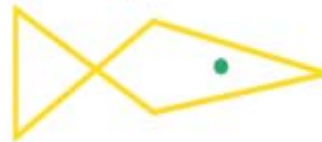




# PLAN

## ESTRATÉGICO DIVERPES

Plan de diversificación pesquera y acuícola



2013-2020

INDICADORES

Enero 2016

# Índice

Área de Turismo .....	4
Área de Transformación y Comercialización .....	7
Área de Medio Ambiente .....	11
Área Social.....	13

# Consideraciones previas

Para aquellos indicadores cuya fuente es la base de datos APLIFEP, cabe mencionar la siguiente consideración:

APLIFEP es una base de datos viva, la cual se actualiza constantemente. Los cambios producidos en la misma se deben a la grabación de nuevos expedientes o a la descertificación de expedientes ya grabados.

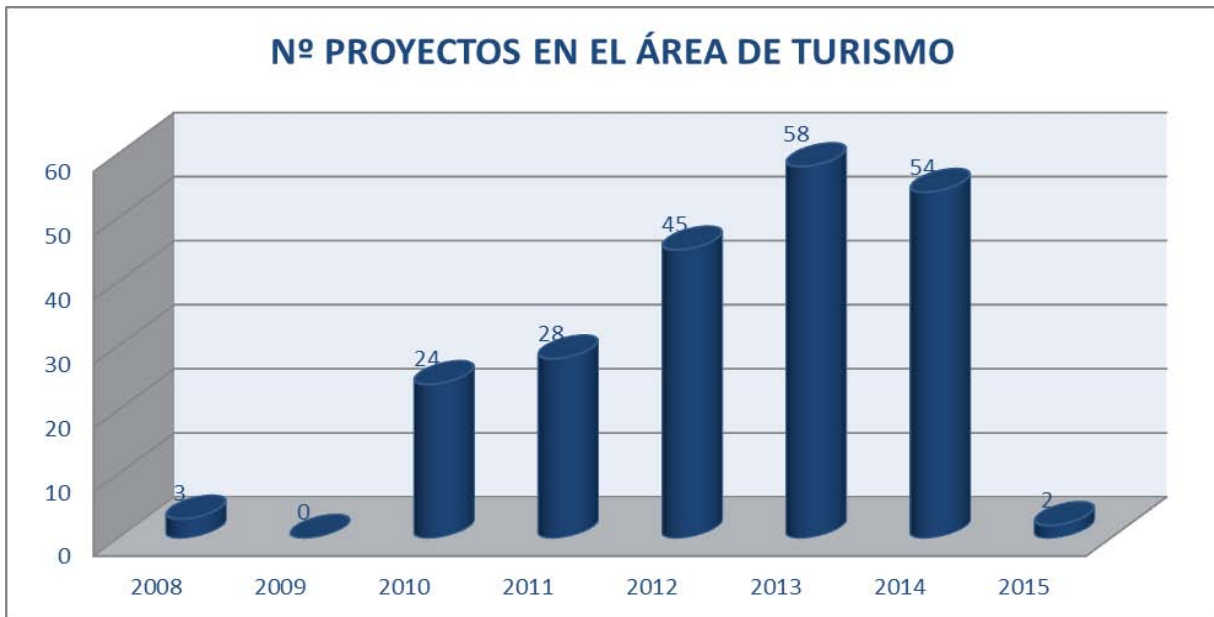
En este sentido, los expedientes están considerados por fecha de aprobación y no por fecha de grabación además, se pueden grabar en años posteriores expedientes de años anteriores.

# Área de Turismo

- Indicador relativo al número de proyectos cofinanciados por el FEP en el área de turismo (Nº proyectos)

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

Enero 2016



- Indicador relativo a la inversión aprobada del FEP destinada a proyectos del área de turismo (valor en miles de €).

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

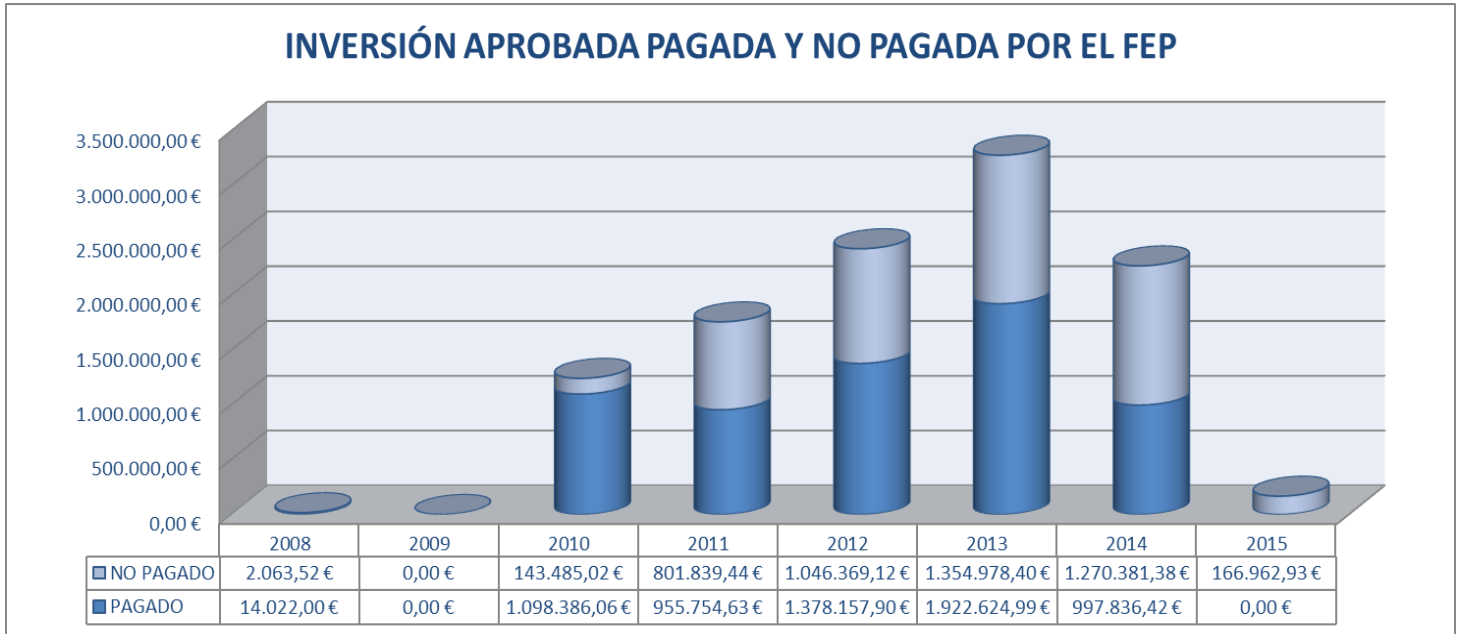
Enero 2016



- **Indicador relativo a la inversión aprobada, pagada y no pagada, por el FEP destinada a proyectos del área de turismo (valor en miles de €).**

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

Enero 2016



- **Número de campañas de promoción de la marca calidad de turismo mariner.**

Datos no disponibles hasta la creación de dicha marca de calidad.

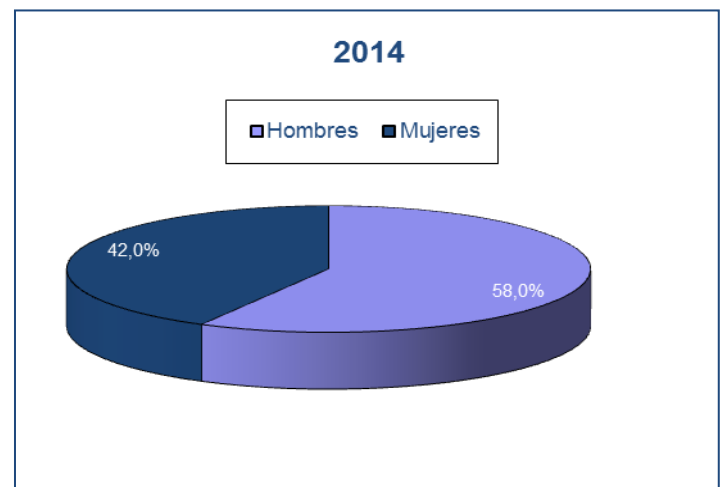
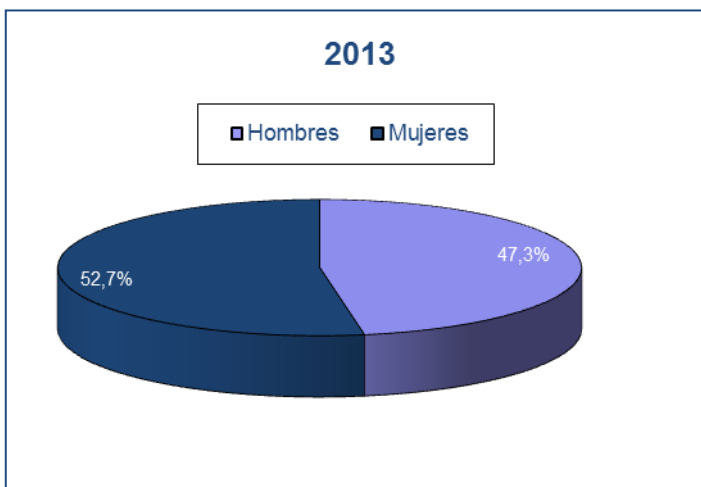
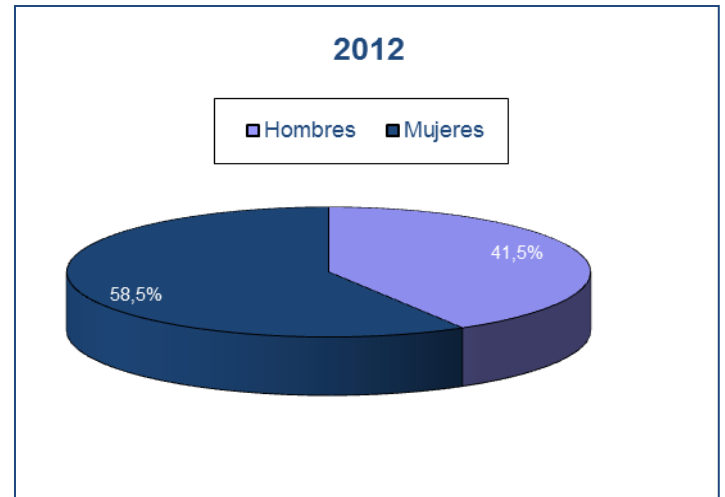
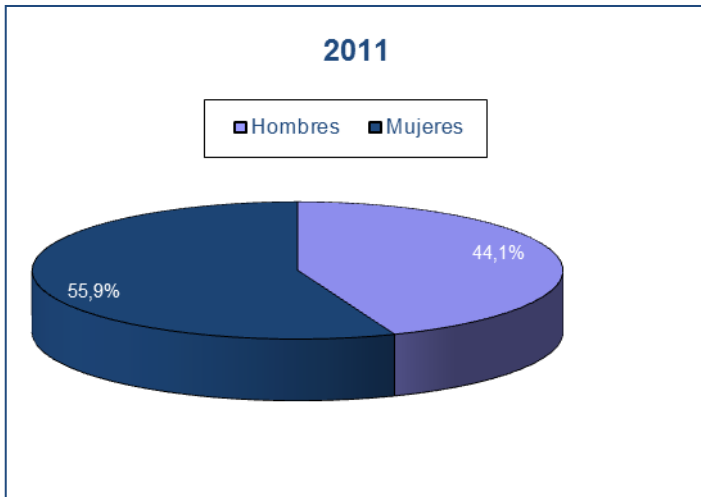
- **Número de establecimientos y servicios asociados al club de producto de turismo mariner.**

Datos no disponibles hasta la creación de dicho club de productos de turismo mariner, del cual ya están redactadas sus bases.

- Indicador relativo a la creación de empleo en el sector turístico – zona pesquera mediante proyectos cofinanciados por el FEP (Por sexo).

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

Enero 2016



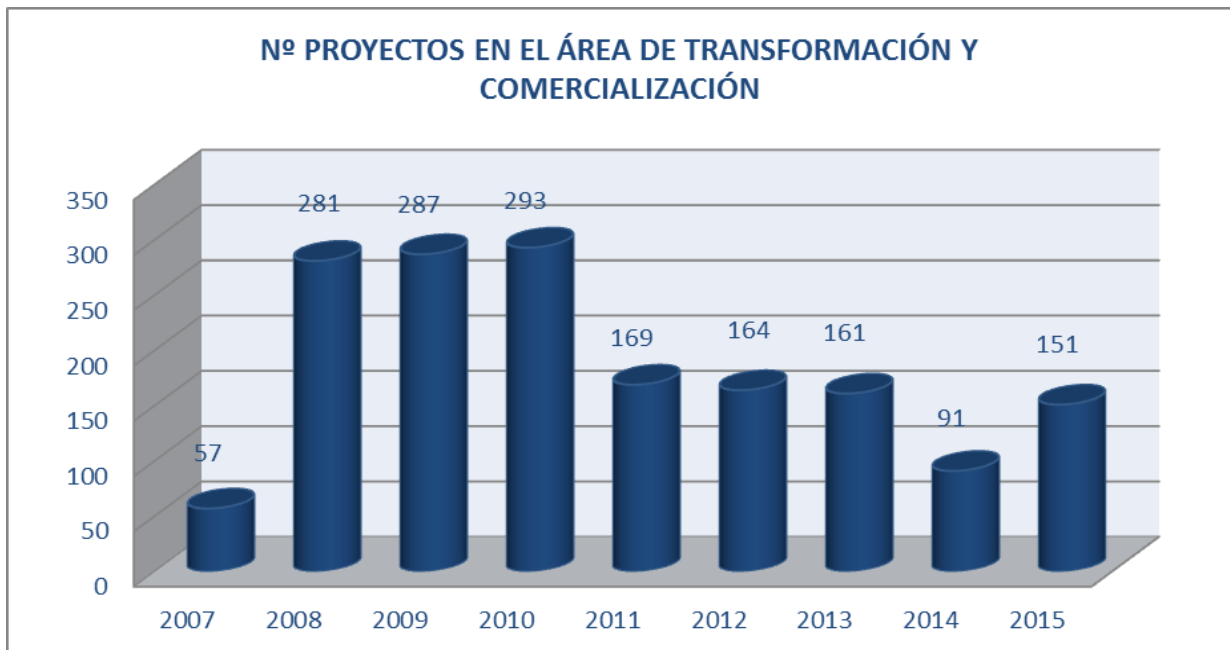
Nota: En el año 2015 se han creado dos proyectos de turismo pesquero o marinero cofinanciados por el FEP, que no han sido generadores de empleo.

# Área de Transformación y Comercialización

- Indicador relativo al número de proyectos cofinanciados por el FEP en el área de transformación y comercialización (N<sup>a</sup> proyectos)

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

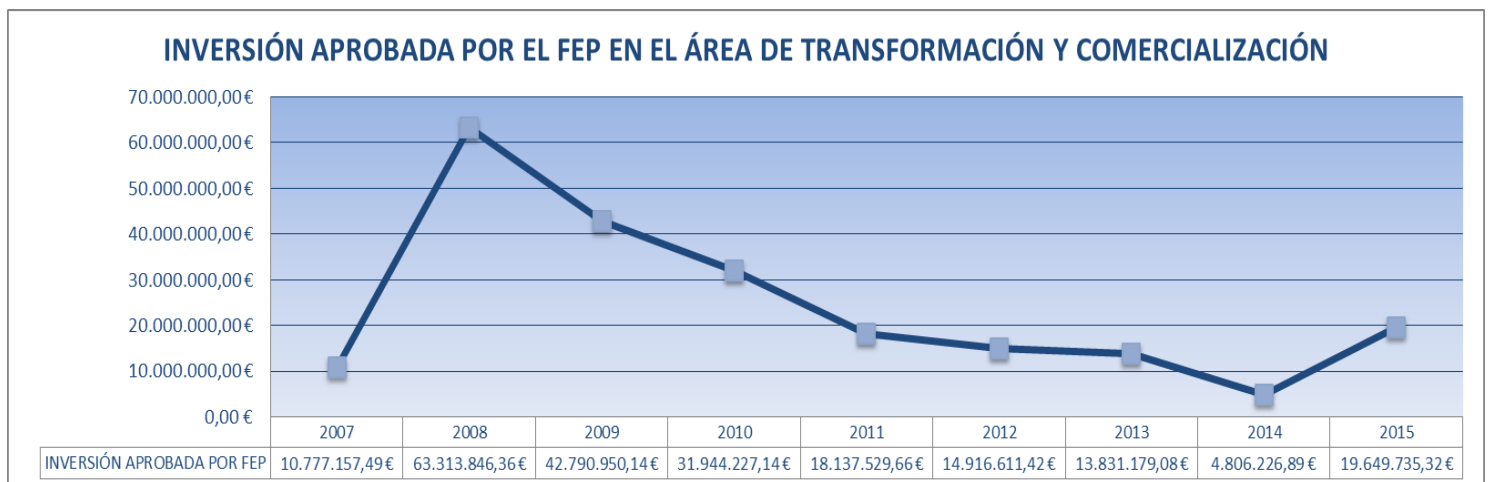
Enero 2016



- Indicador relativo a la inversión aprobada del FEP destinada a proyectos del área de transformación y comercialización (valor en miles de €).

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

Enero 2016



- Indicador relativo a la inversión aprobada, pagada y no pagada, por el FEP destinada a proyectos del área de transformación y comercialización (valor en miles de €).

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

Enero 2016



- Indicador relativo a la inversión realizada en activos materiales en la industria de procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos (2008-2014)

Fuente: Estadística pesqueras del MAGRAMA Noviembre 2015

Enero 2016

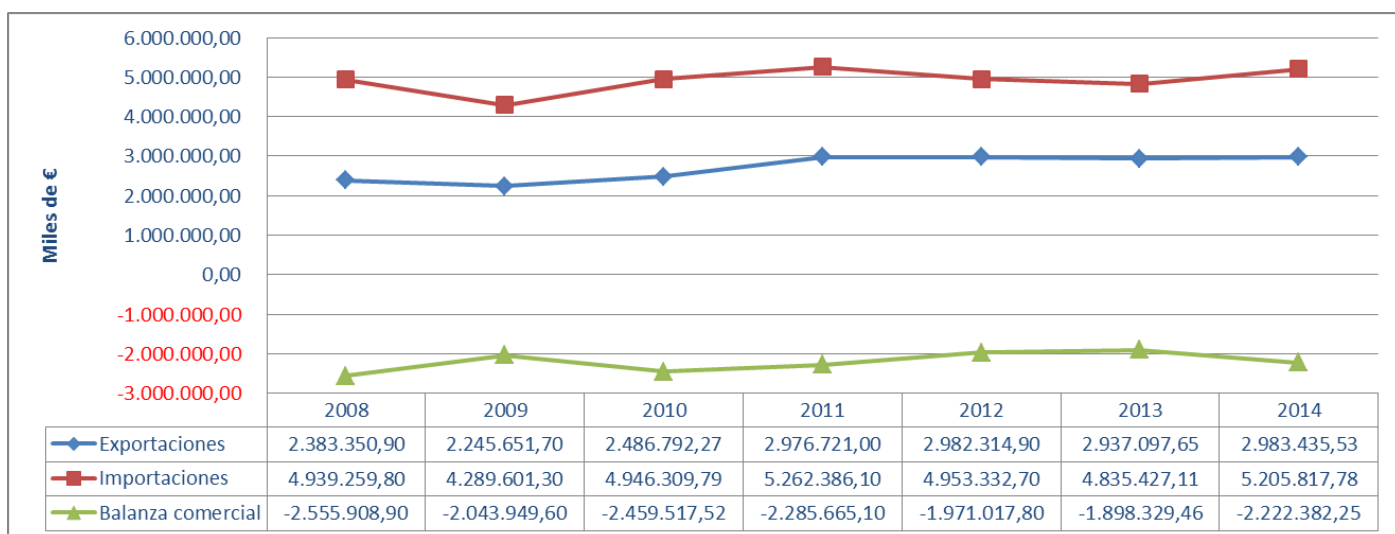




▪ **Indicador relativo a la balanza comercial.**

**Fuente:** Estadísticas Pesqueras del MAGRAMA Noviembre 2015

Enero 2016



▪ **Número de campañas de incentivación al consumo.**

**Fuente:** "alimentación.es saber más para comer mejor" del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. <http://www.alimentacion.es/es/campanas/pescados/>

Se crea en febrero de 2012 una Dirección General responsable de la realización de nuevas campañas sobre el consumo de alimentos.

Desde entonces sólo se han llevado a cabo dos campañas de incentivación al consumo de pescado:

- Principales Especies Pesqueras de Interés Comercial.
- Bonito del Norte "Sano para tí, sano para el mar".

### 2012-2013

Se han llevado a cabo 11 campañas de incentivación al consumo, las cuales se detallan a continuación:

- Hoy Pescado. Descubre el valor del pescado.
- Acuicultura marina, máxima frescura todo el año.
- Atún Rojo. "Ahora o nunca".
- "Omega 3. Productos pesqueros...naturalmente".
- Boquerón. Ha llegado el tesoro del Cantábrico.
- Los niños y el pescado. "4 raciones por semana".

- Tallas mínimas. Cada vez somos más los que respetamos las tallas mínimas. ¿Y tú?
- Trucha. ¿Existe un alimento fresco más rico, completo y a buen precio?
- Congelados. Pescado congelado. La mar de ventajas.
- Conservas. Conservas de pescado y marisco. Sanas por naturaleza.
- Etiquetado. La etiqueta del pescado lo dice todo. ¿del mar o de acuicultura? ¿Del Mediterráneo o del Atlántico? ¿Fresco o descongelado?

### 2013-2014

- Mejillón: El mejillón, todo un lujo de sabor.
- Valora tu pescado: Campaña para la valorización de productos de origen pesquero y acuícola.

### 2014-2015

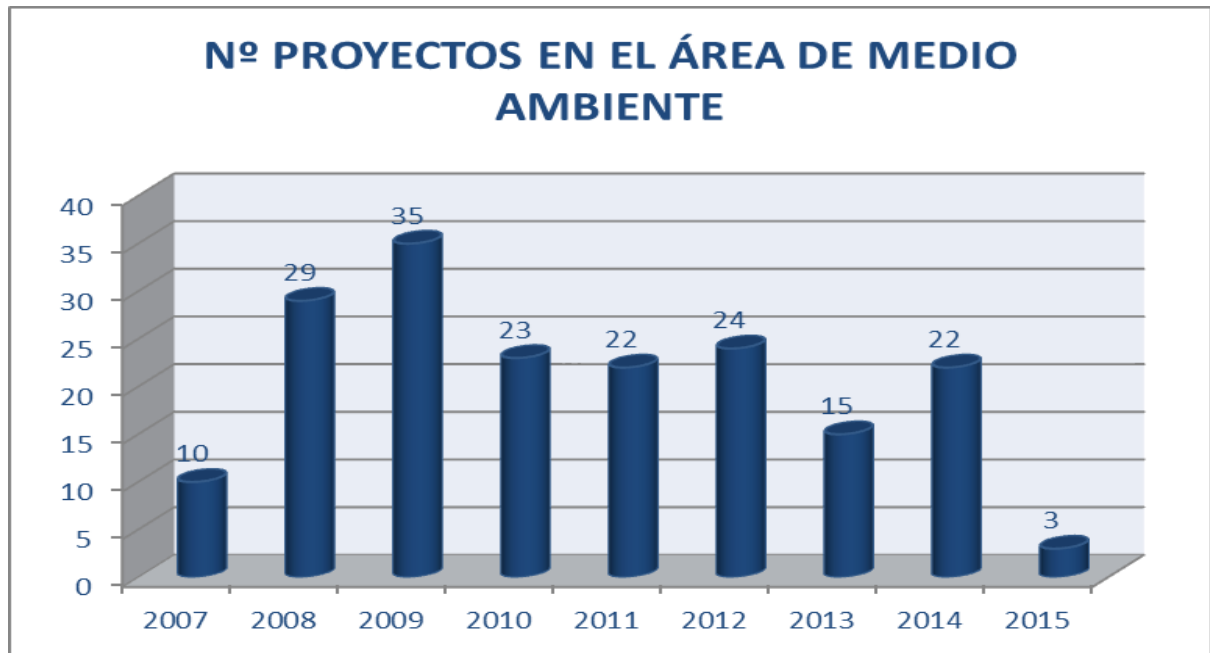
- "O sabor da aventura está no mar", fomenta el consumo de pescado entre los más jóvenes. Promovido por la Consellería do Medio Rural e do Mar de la Xunta de Galicia.
- "Pesquecoles". II Campaña dirigida a fomentar el consumo de pescado entre escolares. Puesta en marcha por la Organización de Productores de Buques Congeladores de Merlúcidos, Cefalópodos y Especies varias (OPPC-3), en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) y el Fondo Europeo de la Pesca (FEP).
- "Come rico, come sano, come pescado" semana del 22 al 28 de junio 2015 la campaña anual para divulgar y fomentar el consumo del pescado. Promovido por el MAGRAMA.
- "Personal Fish Trainer" iniciativa que consta de un vídeo que explica de forma innovadora y atractiva aspectos sobre la compra, conservación y cocina de los productos pesqueros. Se encuentra incluida en el portal de la [www.comepescado.com](http://www.comepescado.com). Este proyecto está patrocinado por la Dirección General de Comercio de la Comunidad de Madrid.
- "Vayas donde vayas, conserva el sabor de España" es una iniciativa que permite potenciar y divulgar el consumo de las conservas de pescados y mariscos españolas a través de 'selfies'. (ANFACO-CECOPECA)
- "Cata la lata", "Disfruta y saborea todo el sabor del mar con conservas de pescado y marisco españolas", con esta iniciativa se lleva a cabo una promoción de las conservas de pescado y marisco españolas a los turistas, a través de la instalación de un stand de degustación en la terminal de cruceros del Puerto de Vigo. (ANFACO-CECOPECA)

# Área de Medio Ambiente

- Indicador relativo al número de proyectos cofinanciados por el FEP en el área de medio ambiente (Nº proyectos).

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

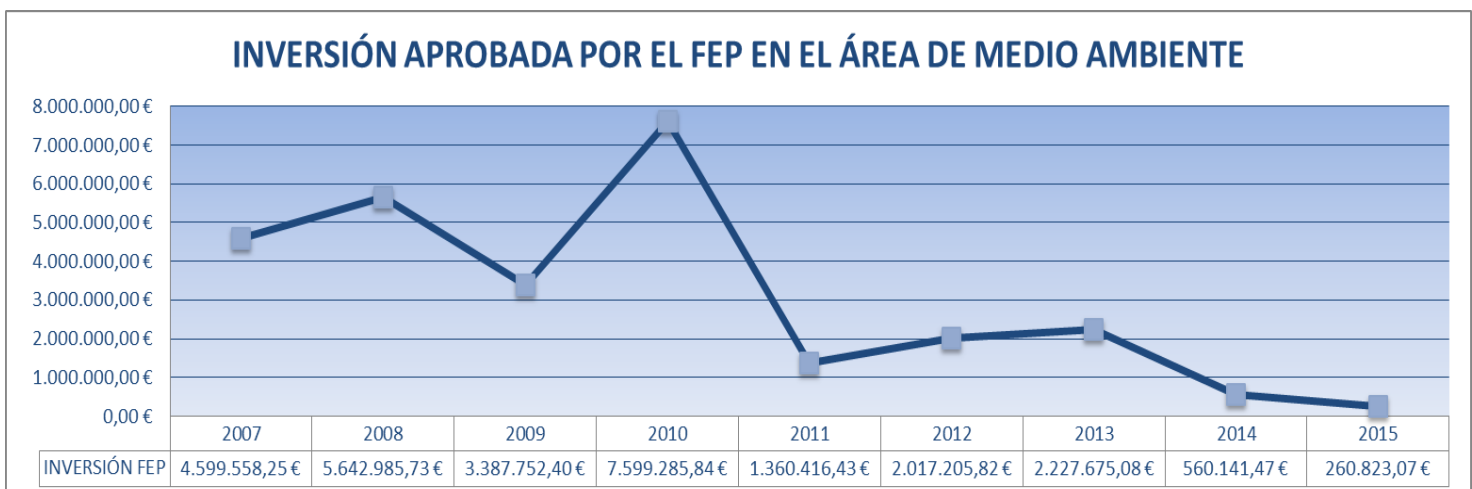
Enero 2016



- Indicador relativo a la inversión aprobada del FEP destinada a proyectos del área de medio ambiente (valor en miles de €).

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

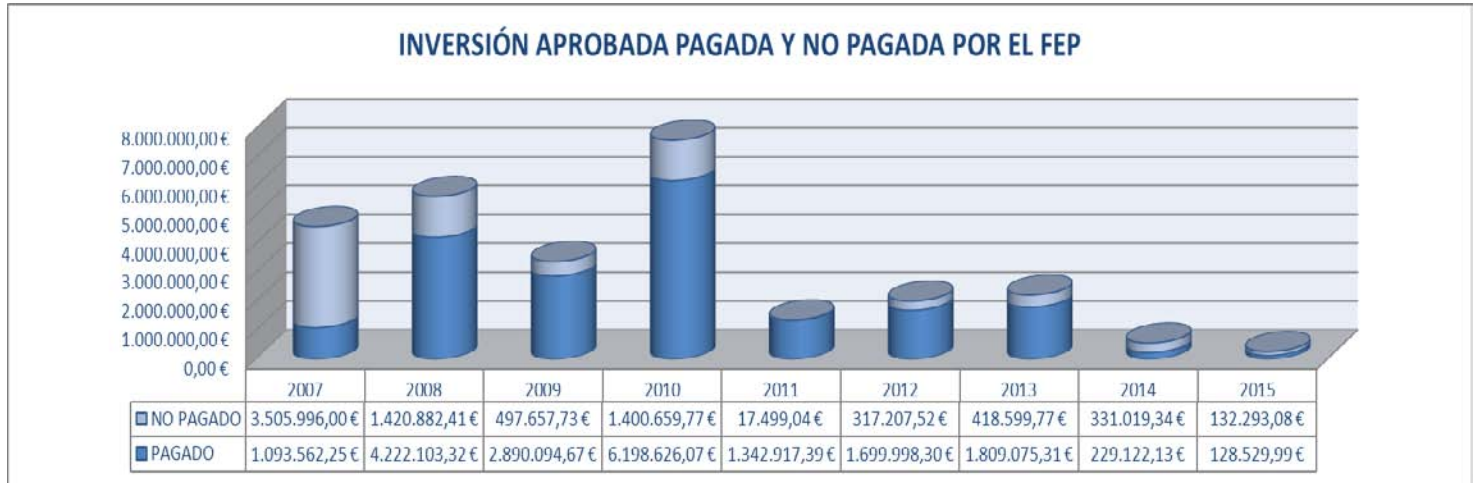
Enero 2016



- **Indicador relativo a la inversión aprobada, pagada y no pagada, por el FEP destinada a proyectos del área de medio ambiente (valor en miles de €).**

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

Enero 2016

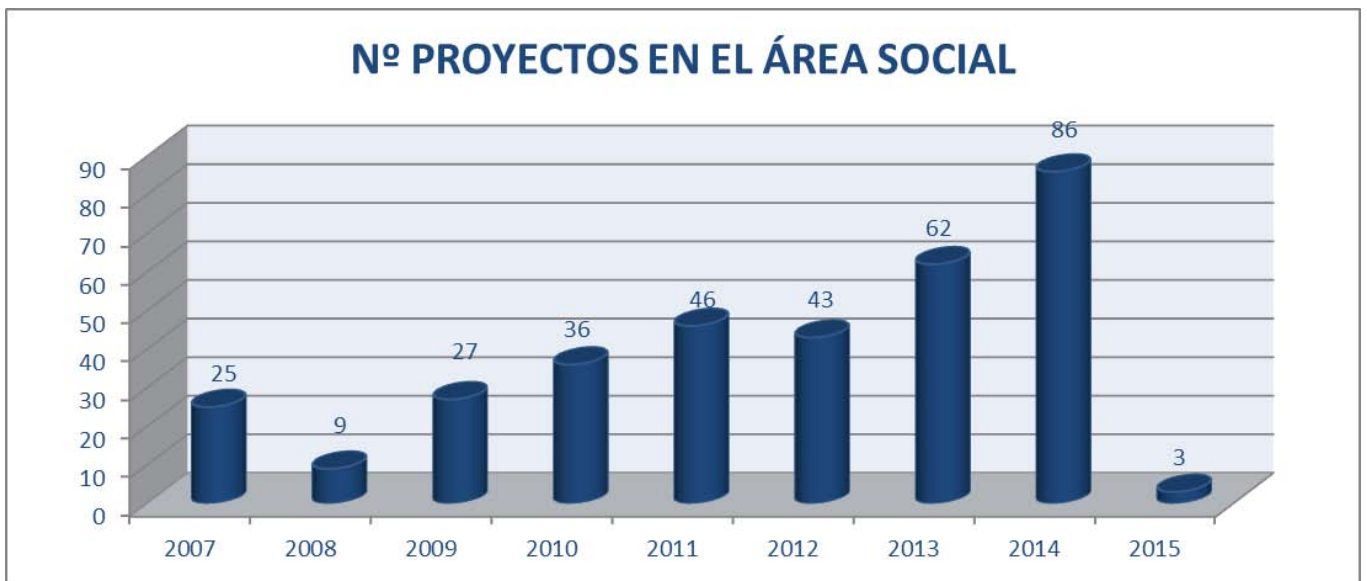


# Área Social

- Indicador relativo al número de proyectos cofinanciados por el FEP en el área social (Nº proyectos).

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

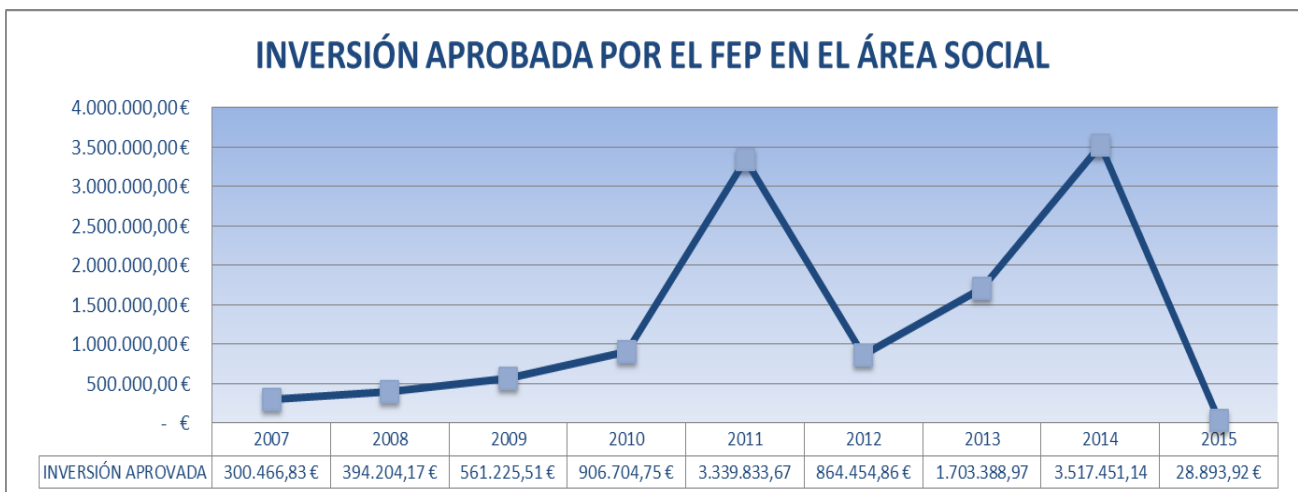
Enero 2016



- Indicador relativo a la inversión aprobada por el FEP destinada a proyectos del área social (valor en miles de €).

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

Enero 2016



- **Indicador relativo a la inversión aprobada, pagada y no pagada, por el FEP destinada a proyectos del área social (valor en miles de €).**

Fuente: Base de datos del FEP (APLIFEP)

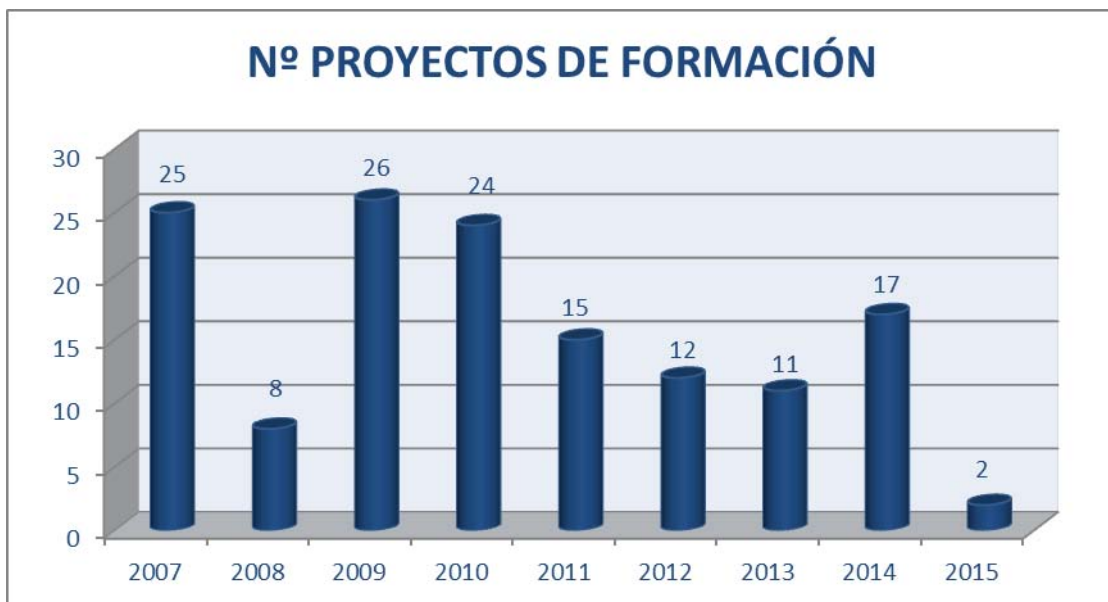
Enero 2016



- **Número de proyectos de formación cofinanciados por el FEP.**

Fuente: Base de datos APLIFEP

Enero 2016

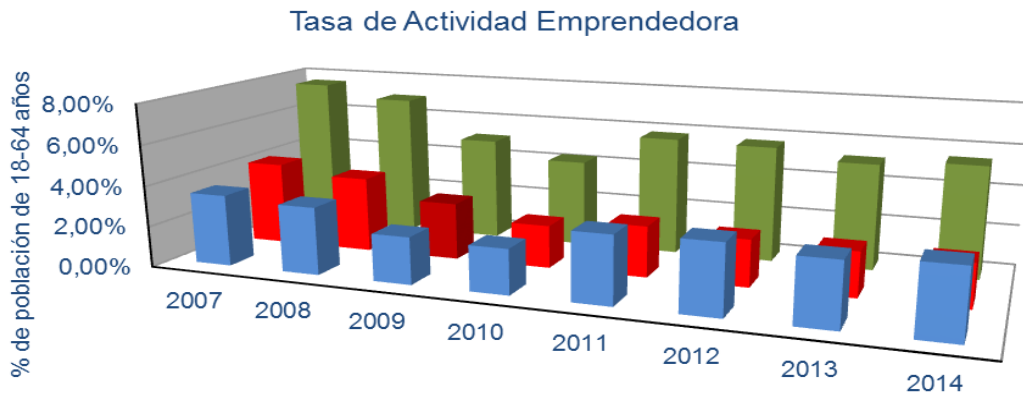


**NOTA:** Estos proyectos de formación se hayan incluidos en la totalidad de los proyectos del área social.

- Relativo a la tasa de actividad emprendedora española (TEA) (Evolución del autoempleo que no sobrepasa los 42 meses de vida entre la población española de 18 a 64 años).

Fuente: Informe GEM España 2014 sobre la Actividad Emprendedora.

Enero 2016



	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
■ NACIENTES	3,50%	3,30%	2,30%	2,20%	3,30%	3,40%	3,10%	3,33%
■ NUEVAS	4,10%	3,70%	2,80%	2,10%	2,50%	2,30%	2,20%	2,14%
■ TEA	7,60%	7%	5,10%	4,30%	5,80%	5,70%	5,20%	5,47%