

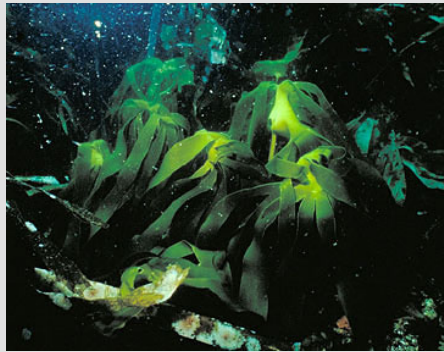


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA Y PESCA,
ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

MARIN, 26 DE SEPTIEMBRE DE 2017

LA IMPORTANCIA DE LOS PLANES DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN



***Iria Soto – Subdirección General de Economía
Pesquera. Secretaría General de Pesca.***

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

**ARTICULO 35 REGLAMENTO (UE) Nº 1380/2013
OBJETIVO DE LA OCM DENTRO DE LA POLÍTICA PESQUERA COMÚN**

**CAPÍTULO II REGLAMENTO (UE) Nº 1379/2013
ORGANIZACIÓN COMÚN DE MERCADOS**

**REGLAMENTO (UE)
Nº 1418/2013 Y Nº 1419/2013**

REAL DECRETO 277/2016

**PROYECTO DE REAL DECRETO
BASES REGULADORAS FEMP**

RECOMENDACIÓN DE LA COMISION DE 3 DE MARZO DE 2014

ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES PESQUEROS

¿DONDE OPERA?

SEGÚN RECONOCIMIENTO

CARÁCTER TRANSNACIONAL

CARÁCTER NACIONAL

CARÁCTER AUTONÓMICO

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

ARTÍCULO 35 DE LA PPC: OBJETIVOS DE LA OCM

1. PESCA Y ACUICULTURA SOSTENIBLES
2. TRANSPARENCIA DEL MERCADO
3. MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA DE LA UNIÓN, EN ESPECIAL DE LOS PRODUCTORES
4. SUMINISTRO E INFORMACIÓN A LOS CONSUMIDORES

PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

ARTÍCULO 28 DE LA OCM

Toda organización de productores deberá presentar un plan de producción y comercialización para, como mínimo, las principales especies que comercialice, a sus autoridades competentes, para su aprobación. **(OBLIGATORIO)**

Las autoridades competentes nacionales aprobarán el plan de producción y comercialización. Una vez aprobado el plan, la organización de productores deberá aplicarlo de inmediato.

Las organizaciones de productores podrán **revisar** el plan de producción y comercialización, y, en tal caso, comunicarán la revisión a las autoridades competentes nacionales para su aprobación.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

En el caso de una Asociación de organizaciones de productores pesqueros, podrá presentarse un plan para las OPP que la conforman o cada una presentar su plan por separado.

Los planes de producción y comercialización, vienen a sustituir (a partir del 1 de enero de 2014) a los programas operativos de campaña presentado hasta ahora por las OPP.

Están ligados al cumplimiento por parte de las OPP de los objetivos de la OCM y la PPC

Pueden tener una duración anual o plurianual.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La organización de productores debe elaborar un informe anual de las actividades desarrolladas en el marco de plan de producción y comercialización, con independencia de que el Plan pueda tener una duración plurianual.

Se realizarán controles para garantizar que cada organización de productores cumpla con las obligaciones referentes al plan de producción y comercialización.

La constatación de su incumplimiento puede conllevar la retirada del reconocimiento.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

I. FORMATO Y ESTRUCTURA . PRIMERA PARTE. Anexo Reglamento 1418/2013

SECCIÓN 1. Información general sobre la OP

**SECCIÓN 2. Programa de producción y estrategia
de comercialización**

**SECCIÓN 3. Medidas previstas para alcanzar los
objetivos de la OP**

**SECCIÓN 4. Medidas para adaptar la oferta de
determinadas especies**

SECCIÓN 5. Sanciones y medidas de control.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

II. SEGUIMIENTO DE LOS PLANES. SEGUNDA PARTE

Recomendación de la Comisión de 3 de marzo de 2014.
Evaluación por parte de las Administraciones competentes y
para la elaboración del informe anual del plan de producción
por la OPP.

SECCIÓN 6. Gastos que serán tenidos en cuenta

SECCIÓN 7. Calendario de ejecución

SECCIÓN 8. Indicadores

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 1. Información general sobre la OPP

Nombre: Organización de Productores.....

Tipo: Pesca, acuicultura, conjunta.

Código de identificación : Nº de registro de la OP

Sede: Dirección y lugar (ciudad o puerto), así como su zona de competencia, utilizando la unidad NUTS. Indicar si tiene ámbito nacional, autonómico o transnacional.

Número de miembros: Número de productores registrados oficialmente en la organización de productores.

Además, indicar la composición de su junta directiva , duración de su mandato y fecha de celebración de las últimas elecciones.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 1. Información general sobre la OPP

Volumen de negocios Cuadro donde figure el volumen de negocios global de la organización de productores en los tres últimos años, junto con la indicación del volumen de negocios para las distintas especies.

Volumen de capturas o de recolección Cuadro donde figure, para cada especie, el volumen y el valor de las capturas o de las cantidades recolectadas en los tres últimos años, expresados en toneladas y en euros al año.

Identificación de las principales especies comercializadas por la organización de productores

5% de la producción total de la OPP en especies sometidas a cuota.

10% de la producción total de la OPP en aquellas especies sin cuota.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 2. Programa de producción y estrategia de comercialización

- * Evaluación de las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades de la organización de productores (DAFO).
- * Estrategia con que cuenta dicha organización para desarrollar su producción y adaptarla a las exigencias de los mercados

Programa de producción : programación indicativa de la oferta distribuida a lo largo del año y basada en las tendencias estacionales (precio, producción y demanda) del mercado.

Estrategia de comercialización describir de qué manera la organización de Productores va a garantizar la adecuación de la oferta a las exigencias del mercado en términos de calidad, cantidad y presentación.

DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 3. Medidas previstas para alcanzar los objetivos de la OCM

Para OPP de la pesca:

- 1) Fomento del ejercicio de **actividades pesqueras sostenibles** por parte de sus miembros, propiciando oportunidades para su desarrollo, respetando al mismo tiempo la política social (gestión de derechos de pesca, mejora de seguridad a bordo, campañas científicas, diálogo con otras OPP).
- 2) **Prevención y reducción de las capturas no deseadas** . Evitar y reducir en la medida de lo posible las capturas no deseadas de poblaciones comerciales y, cuando sea necesario, hacer el mejor uso de dichas capturas, sin crear un mercado para aquellas que estén por debajo de las tallas mínimas de referencia para la conservación, con arreglo al artículo 15 del Reglamento sobre la política pesquera común.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 3. Medidas previstas para alcanzar los objetivos de la OCM

Para OPP de la pesca:

- 3) Contribución a la **trazabilidad** y acceso a los consumidores de información completa y clara. Mejora del **etiquetado** (información voluntaria).
- 4) Contribución a la eliminación de prácticas de pesca **INDNR**.
Formación de los miembros de la OPP y control de sus actividades.

LAS 4 PRIMERAS MEDIDAS SON OBLIGATORIAS

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 3. Medidas previstas para alcanzar los objetivos de la OCM

Para OOPP de acuicultura

- a) fomentar el ejercicio de actividades de acuicultura sostenibles.
Formación y campañas científicas
- b) asegurarse de que las actividades de sus miembros se ajusten a los planes estratégicos nacionales. Participación en su elaboración
- c) esforzarse por que los piensos nutricionales de origen pesquero utilizados en la acuicultura provengan de pesquerías con gestión sostenible. Mejora de la trazabilidad.

ESTAS 3 MEDIDAS SON OBLIGATORIAS

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 3. Medidas previstas para alcanzar los objetivos de la OCM

Para OPP de la pesca y de la acuicultura

- 5) Mejora de las condiciones de comercialización de los productos de la pesca de los miembros. Búsqueda de nuevas salidas comerciales, certificación de productos, ferias, etc.
- 6) Mejora de la rentabilidad económica. Campañas técnicas y científicas para reducir costes de funcionamiento, formación de los miembros en gestión.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 3. Medidas previstas para alcanzar los objetivos de la OCM

Para OOPP de la pesca y de la acuicultura

- 7) Estabilización de los mercados. Ampliación de conocimientos sobre situación de mercados.
- 8) Contribución al abastecimiento de alimentos y promoción de unos niveles elevados de calidad y seguridad alimentarias, participando al mismo tiempo en la creación de empleo en las zonas costeras y rurales. Realización de campañas sobre los productos pesqueros.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 3. Medidas previstas para alcanzar los objetivos de la OCM

Para OOPP de la pesca y de la acuicultura:

- 9) Reducción del impacto medioambiental de la pesca, en particular a través de medidas para la mejora de la selectividad de los artes de pesca. Estudios científicos y campañas experimentales.

DE LAS MEDIDAS 5 A 9, HAY QUE CUMPLIR AL MENOS 2 DE ELLAS

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 4. Medidas para adaptar la oferta de determinadas especies

Descripción, entre otras, de medidas preventivas especiales para adaptar la oferta de aquellas especies que presentan habitualmente problemas de comercialización durante el año.

Entre otras:

- a) ajuste de la producción a las exigencias del mercado
- b) canalización de la oferta y la comercialización de los productos de sus miembros
- c) promoción de los productos de la pesca y de la acuicultura

PLANIFICACIÓN DEL MERCADO

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 5. Sanciones y medidas de control

El plan describirá las sanciones aplicables a los diferentes tipos de infracciones que podrían producirse en relación con la aplicación de los planes de producción y comercialización.

El plan describirá las medidas que la OP tenga intención de poner en práctica a fin de garantizar el control de las actividades de sus miembros y la conformidad de estas con las normas que haya establecido.

GARANTIZAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 6. GASTOS QUE SERÁN TENIDOS EN CUENTA

6.1. *Plan financiero:* costes, gastos y recursos financieros previstos para cada una de las medidas que tengan la intención de aplicar.

6.2. *Actividades del titular del proyecto*

- Los gastos para las actividades del titular del proyecto deben incluir, en particular, los gastos de estudios de mercado, estudios de evaluación, diseño del proyecto, análisis de riesgo y cualquier estudio de viabilidad realizados antes de la puesta en práctica de una medida vinculada a la consecución de uno de los objetivos del plan. **Deben incluir, asimismo, los gastos relativos a las actividades de supervisión y control llevadas a cabo por la organización de productores en el curso de la aplicación de una medida específica.**
- Los gastos considerados pueden abarcar diferentes categorías, tales como mano de obra, prestación de servicios o suministros.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 6. GASTOS QUE SERÁN TENIDOS EN CUENTA

6.3. Actividades de gestión del proyecto

Los gastos de las actividades de gestión del proyecto deben incluir, en particular, los gastos de aquellos elementos de las medidas aplicadas que **no estén propiamente vinculados** a las actividades del titular del proyecto, tales como la realización de actividades experimentales científicas o técnicas, las campañas de publicidad, la adquisición y despliegue de nuevos dispositivos técnicos para incrementar la selectividad, el desarrollo de la trazabilidad o el fomento de prácticas de acuicultura sostenibles.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 7. CALENDARIO DE EJECUCIÓN

- Los planes deben incluir un calendario de las medidas previstas y los gastos correspondientes, desglosados en plazos anuales en el caso de los planes plurianuales.
- El calendario deberá especificar para cada medida indicadores apropiados de realizaciones y de resultados.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

SECCIÓN 8. INDICADORES

La finalidad de los indicadores debe ser valorar la consecución de los objetivos estratégicos de los planes en relación con la situación inicial descrita en la introducción del plan. 2 TIPOS

8.1 Indicadores de realizaciones para la aplicación de las medidas previstas

8.2 Indicadores de resultados para evaluar la contribución de las medidas implantadas a la consecución de los objetivos de los planes de producción y comercialización

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. INFORME ANUAL

PRESENTACIÓN Y CONTENIDO DEL INFORME ANUAL

- Las OPP deberán presentar el informe anual después de la finalización de los planes. En el caso de los planes plurianuales, deberá presentarse un informe cada año.
- El informe anual deberá incluir indicadores de realizaciones y de resultados, según lo previsto en el calendario de aplicación de los planes presentados para su aprobación a las autoridades nacionales competentes.
- se presentará ANTES del **28 de febrero** del año siguiente a la la vigencia de la campaña del plan de producción (RD 277/2016), YA SEA UN PLAN ANUAL O PLURIANUAL

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. INFORME ANUAL

- El informe anual tendrá la misma estructura que los planes de producción y comercialización e incluirá en cada sección las variaciones y grado de ejecución de las medidas indicadas en el plan aprobado.
- La Administración competente procederá a la revisión y en su caso, **aprobación** de los informes anuales de la misma manera que para los planes de producción y comercialización.
- La no presentación o la no aprobación de los informes anuales o de un plan de producción y comercialización **conllevará la retirada del reconocimiento** de la OPP o AOP

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. INFORME ANUAL

PLAZOS

- Las OPP reconocidas presentarán un plan de producción y comercialización anual o plurianual ante su Administración competente **antes del 31 de octubre** del año en que finalice la vigencia de su plan aprobado.
- Los planes serán aprobados por la Administración en el plazo de 4 semanas a partir de su recepción.
- Cuando la Administración considere que el plan NO permite alcanzar los objetivos perseguidos por la OCM, lo comunicará a la OPP que deber presentar un plan modificado en un plazo de 4 semanas desde su recepción.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. FINANCIACION

FINANCIACION

Los gastos correspondientes a los PPYC podrán optar a una contribución del FEMP previa aprobación por parte de las autoridades competentes de los Estados miembros del informe anual.

Las OPP/AOP podrán financiar una serie de gastos necesarios para la ejecución de los PPYC:

- **Gastos de personal.**
- **Costes indirectos.**
- **Gastos de viajes.**
- **Gastos de subcontratación (Servicios, suministros y obras).**
- **Convenios.**

Posibilidad de modificar los planes e informes 2014-15-16

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. FINANCIACION

- La ayuda concedida por año y OPP/AOP no sobrepasará el 3 % del valor medio anual de la producción comercializada por esa organización de productores durante los tres años civiles anteriores.
- Se podrá conceder un anticipo del 50 % de la ayuda financiera previa aprobación del PPYC. El anticipo no podrá superar el 1,5% de valor medio anual de la producción comercializada.
- La ayuda se concederá a las organizaciones de productores pesqueros y a sus asociaciones.
- La intensidad de la ayuda pública no será superior al 90% de los gastos elegibles, siendo el 10% restante de aportación privada.
- Del total de la intensidad de la ayuda pública, el 75% del importe total correrá a cargo del FEMP, correspondiendo el otro 25% a la contribución nacional.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. FINANCIACION

Pasos a seguir

Reconocimiento OPP

Aprobación del PPYC

Aprobación del Informe anual

Publicación RD bases ayudas FEMP

Publicación RD Convocatoria ayudas a los PPYC

Memoria de Justificación / Informe auditor /

Aplicación OPPEs

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. RESULTADOS

Respecto a las medidas que han sido ejecutadas por las OPP en el marco de los PPYC, varían en función del tipo de organización o del tamaño:

- Preparación y realización de campañas de promoción y de comunicación, la participación en ferias comerciales, incluyendo la organización y asistencia a eventos, creación de material promocional, etc.
- Desarrollo de estrategias y nuevos métodos para mejorar la comercialización e introducción de los productos de la pesca y de la acuicultura en el mercado, mediante la realización de estudios (mercado, viabilidad y de evaluación), empleo de nuevas tecnologías de la información y comunicación, creación de páginas web, etc.
- Desarrollo de procedimientos y tecnologías para mejorar la certificación y etiquetado, que contribuyan a mejorar la trazabilidad y la información destinada al consumidor.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. RESULTADOS

- Coordinación del diálogo y cooperación con organismos científicos para la recogida de datos y elaboración de estadísticas pesqueras, mediante la realización de convenios de colaboración, desarrollo de programas de observadores, asistencia a reuniones para mejorar la colaboración a nivel nacional e internacional, etc.
- Preparación y realización de estudios científicos para la mejora del conocimiento de los recursos y sistemas de evaluación, que permitan la aplicación de nuevas medidas de gestión de stocks.
- Uso de las tecnologías para reducir las repercusiones de las actividades pesqueras y acuícolas, así como promover el empleo artes de pesca más selectivos que reduzcan las capturas accidentales.
- Medidas destinadas al cumplimiento de la obligación de desembarque, mediante el desarrollo de estudios, planes integrales, formación, códigos de buenas prácticas, que permitan mejorar la valoración de los descartes.

EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

Muchas gracias por su atención