



## LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN PARA LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Programa de trabajo de 2019

*Descripción del programa*

### CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
LA NUEVA POLÍTICA DE PROMOCIÓN: ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES NOVEDADES? .....	2
EL NUEVO MARCO LEGISLATIVO .....	ACTUALIZADO 2
PRESUPUESTO Y COFINANCIACIÓN .....	ACTUALIZADO 4
¿CUÁLES SON LOS CRITERIOS DE ADMISIBILIDAD DE LOS SOLICITANTES?.....	6
¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOS Y LOS RÉGIMENES ADMISIBLES? .....	6
¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES ADMISIBLES? .....	7
¿CUÁLES SON LOS COSTES ADMISIBLES?.....	7
¿COMO PREPARAR Y PRESENTAR UNA PROPUESTA DE PROGRAMA DE PROMOCIÓN? .....	ACTUALIZADO 8
CONTACTOS.....	ACTUALIZADO 8
ENLACES.....	ACTUALIZADO 9

## INTRODUCCIÓN

**La Política de Promoción de la UE ayuda a los profesionales del sector agroalimentario de la UE para financiar campañas de información y promoción.**

Basada en la estrategia establecida a nivel europeo con el eslogan 'Enjoy, it's from Europe', la política tiene como objetivo apoyar a los profesionales del sector para que puedan acceder a los mercados internacionales y aumentar la conciencia de los consumidores de los esfuerzos realizados por los agricultores europeos para proporcionar productos de calidad.

### ¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?

1. **Organizaciones profesionales o interprofesionales** representativas del sector;
2. **Organizaciones de productores o asociaciones de organizaciones de productores** reconocidas por los Estados miembros;
3. **Grupos de productores** definidos en el Art. 3 del Reg. 1151/2012 sobre los **regímenes de calidad**;
4. **Organismos del sector agroalimentario** con una misión de interés público en la promoción de los productos agrícolas.

### ¿QUÉ ES UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN?

Un programa de promoción es un conjunto coherente de operaciones, dirigidas a empresas o a los consumidores, que pueden incluir campañas publicitarias en la prensa, televisión, radio o en internet; promociones en punto de ventas; campañas de relaciones públicas; participación en exposiciones y ferias y otras actividades.

Un programa debe ser implementado en un período de **al menos un año y no más de tres años**.

Los programas de información y promoción pueden consistir en programas “simples” o “múltiples”:

Un **programa simple** es un programa de promoción presentado por una o más organizaciones solicitantes del mismo Estado miembro. Debe implementarse en al menos dos Estados miembros o en uno a condición que sea diferente del Estado de origen de la organización solicitante.

Un **programa múltiple** es un programa presentado por al menos dos organizaciones solicitantes de al menos dos Estados miembros o una o más organizaciones europeas.

**PROGRAMA SIMPLE**  
**EXCEPCIÓN PARA SISTEMAS DE CALIDAD:**  
*se puede elegir de implementar una campaña en el Estado miembro de origen de la organización solicitante, sin tener que implementarla en un segundo Estado miembro.*

### ¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN?

La política de información y promoción tiene como objetivo de **reforzar la competitividad del sector agrícola de la Unión**:

- a) Aumentando el nivel de **conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas e de los estándares** de producción de la UE;
- b) **Aumentando la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la Unión** tanto dentro como fuera de la Unión;
- c) Incrementando el **conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión**;



- d) **Aumentando la cuota de mercado de los productos agrícolas de la Unión**, prestando especial atención a los mercados de terceros países con mayor potencial de crecimiento;
- e) **Restableciendo las condiciones normales de mercado** en caso de perturbaciones graves del mercado.

## LA NUEVA POLÍTICA DE PROMOCIÓN: ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES NOVEDADES?

El nuevo reglamento, entrado en vigor el 1 de diciembre de 2015, tiene un alcance de aplicación y un presupuesto mayores y se llevará a cabo en el mercado interior y en terceros países.

El nuevo reglamento prevé un **aumento progresivo de los recursos disponibles** desde 61 millones planeados para el 2014 hasta 200 millones en el 2020.

Bajo las nuevas reglas, desaparece la cofinanciación nacional, pero **se ha elevado el porcentaje de cofinanciación de la UE al 70% en el caso de los programas simples, al 80% para los programas múltiples en el mercado interior y en terceros países** y al 85% para las medidas en situación de crisis.

Además, el nuevo reglamento define la **promoción de los sistemas de calidad como una prioridad fundamental**, con el fin de mejorar el conocimiento de los consumidores sobre las ventajas de estos productos. En este sentido, se introduce por primera vez la posibilidad de mencionar el origen de los productos en las campañas de promoción.

Otro elemento importante es la **inclusión de las organizaciones de productores como beneficiarios** de la política de promoción.

## EL NUEVO MARCO LEGISLATIVO

Las normas que regulan el régimen de ayudas para la promoción están contenidas en cuatro textos legislativos diferentes (reglamento de base, acto delegado, acto de ejecución y programa de trabajo anual).

A continuación se enumeran **todos los textos legislativos pertinentes**. Para una versión más user-friendly, se consulte la [presentación sinóptica](#) y la [infografía sobre la reforma](#) disponibles online.

### REGLAMENTO DE BASE

[Reglamento \(UE\) n. 1144/2014](#) sobre acciones de información y promoción relativas a productos agrícolas en el mercado interior y terceros países

### ACTOS DELEGADOS Y DE EJECUCIÓN

[Reglamento Delegado \(UE\) n. 1829/2015 de la CE](#) y [Reglamento de Ejecución \(UE\) n. 1831/2015 de la CE](#)

### PROGRAMA DE TRABAJO ANUAL

**ACTUALIZADO**

[Decisión de Ejecución de la Comisión del 14.11.2018](#) sobre la adopción del programa de trabajo para **2019** en el marco de las medidas de información y promoción de productos agrícolas en el mercado interior y terceros países.

**Anexos:** Anexo 1: define las prioridades del programa; Anexos 2 y 3: criterios para la presentación y evaluación de propuestas de proyectos (elegibilidad, exclusión, selección, adjudicación).

El **programa de trabajo anual** ha sido introducido por la reforma para tener en cuenta de los cambios en relación con las oportunidades de mercado y las prioridades identificadas. Este documento permite adaptar el

marco jurídico de cada año en función de las necesidades del sector. Definido con la participación de las partes interesadas y de los Estados miembros, el programa de trabajo anual:

- Define las prioridades y la asignación de recursos;
- Define los criterios de elegibilidad, exclusión, selección y de adjudicación.

**El programa de trabajo anual para el 2019 fue aprobado** el 14 de noviembre de 2018. Un total de **€191.6 millones** estará disponible para los **programas de promoción seleccionados en 2019**. Se da la **prioridad** a incrementar el número de las actividades de promoción en los terceros países que presentan un mayor potencial de crecimiento, como Canadá, Japón, Corea y México.

En el mercado interno, el plan hace hincapié en los productos de los **sistemas de calidad de la UE**, y también los productos ecológicos. Además recoge elementos específicos de los **sectores afectados por dificultades del mercado**. En 2019 se focalizará en particular en la producción sostenible de arroz, de frutas y hortalizas. El primero tiene l'objetivo de limitar los efectos del aumento de las importaciones que el mercado europeo experimenta, el segundo ha sido seleccionado para **promover una alimentación sana y aumentar el consumo de frutas y hortalizas** en el mercado interno.

El **programa de trabajo 2019** establece las siguientes prioridades para las acciones de información y promoción (véase la **figura 2** para el desglose del presupuesto entre las diferentes prioridades):

	Mercado interior	Terceros países
UNICOS	1. Regímenes de calidad de la UE, agricultura ecológica, RUP; 2. Especificidades de los métodos de producción y características de los productos agrícolas y alimentarios europeos;	3. Cina, Japón, Corea, Asia Sudoriental, Asia meridional; 4. Estados Unidos, Canadá, México, Colombia; 5. Otras regiones; 6. Aceitunas de mesa
	Acciones en caso de grave perturbación del mercado, pérdida de confianza de los consumidores u otros problemas.	
MULTIPLES	A. Programas de promoción sobre las especificidades de los métodos de producción y características de los productos agrícolas y alimentarios europeos o sobre los regímenes de calidad de la UE en el <u>mercado interior</u> . B. Alimentación saludable: frutas y hortalizas C. Arroz producido de manera sostenible	D. Programas de promoción sobre las especificidades de los métodos de producción y características de los productos agrícolas y alimentarios europeos o sobre los regímenes de calidad de la UE en <u>terceros países</u> . E. Carne de vacuno
	Acciones en caso de grave perturbación del mercado/ otras convocatorias	

Figura 1. Prioridades para las acciones de información y promoción para los programas simples y múltiples en el programa de trabajo 2019.



## CONVOCATORIA DE PROPUESTAS 2019

### [Consultar la presentación del Infoday sobre las convocatorias de propuestas 2019.](#)

El programa de trabajo se implementa a través de la publicación de convocatorias de propuestas para programas simples y múltiples, que detallan los tipos de fondos disponibles y los procedimientos a seguir.

Se prevé la publicación de una convocatoria de propuestas cada año para los programas simples y una para los múltiples. Convocatorias adicionales serán publicadas en caso de perturbaciones graves del mercado.

**Las convocatorias de propuestas para el 2019 han sido publicadas el 15 de enero y la fecha límite para presentar las propuestas de proyectos es el 16 de abril de 2019.**

- [Convocatoria para programas simples](#) y [guía para solicitantes](#);
- [Convocatoria para programas múltiples](#) y [guía para solicitantes](#) (EN).

## PRESUPUESTO Y COFINANCIACIÓN

**ACTUALIZADO**

El monto total concedido para la cofinanciación de los programas de información y promoción asciende a **179.000.000€**. Este monto está distribuido entre los programas simples (100.000.000€) y múltiples (79.000.000€) y se divide de la siguiente manera de acuerdo a las diferentes prioridades:

PROGRAMAS SIMPLES	Importes previstos, Millones de euros €
<b>MERCADO INTERIOR</b>	<b>20</b>
<u>Tema 1</u> - Programas de información y de promoción destinados a fomentar el conocimiento y el reconocimiento de los <b>regímenes de calidad de la Unión, agricultura ecológica, RUP</b>	12
<u>Tema 2</u> - Programas de información y de promoción destinados a destacar las <b>especificidades de los métodos agrícolas en la Unión y las características de los productos agrícolas y alimentarios europeos</b>	8
<b>TERCEROS PAÍSES</b>	<b>75</b>
<u>Tema 3</u> - <b>China, Japón, Corea, Asia Sudoriental, Asia meridional</b>	25,25
<u>Tema 4</u> - <b>USA, Canadá, México, Colombia</b>	22
<u>Tema 5*</u> - <b>Otras regiones</b>	25,25
<u>Tema 6*</u> - <b>Aceitunas de mesa</b>	2,5
<b>PERTURBACIONES DEL MERCADO/CONVOCATORIA DE PROPUESTAS ADICIONAL</b>	<b>5</b>
PROGRAMAS MÚLTIPLES	Millones de euros €
<b>MERCADO INTERIOR</b>	<b>43,3</b>
<u>Tema A</u> - Programas de promoción sobre las <b>especificidades de los métodos de producción y características de los productos agrícolas y alimentarios europeos o sobre los regímenes de</b>	32,8

<b>calidad</b> de la UE en el <u>mercado interior</u> ;	
<u>Tema B</u> - Alimentación saludable: <b>frutas y hortalizas</b>	8
<u>Tema C</u> - Arroz producido de manera sostenible	2,5
<b>TERCEROS PAISES</b>	<b>43,3</b>
<u>Tema D</u> - Programas de promoción sobre las <b>especificidades de los métodos de producción</b> y características de los productos agrícolas y alimentarios europeos o sobre los <b>regímenes de calidad</b> de la UE en <u>terceros países</u>	38.3
<u>Tema E</u> - <b>Carne de vacuno</b>	5
<b>ACCIONES EN CASO DE GRAVE PERTURBACIÓN DEL MERCADO/ OTRAS CONVOCATORIAS</b>	5

Figura 2. El programa de trabajo anual para el 2019. Asignación indicativa del presupuesto y prioridades para la cofinanciación.

La tasa de cofinanciación de la UE es del **70% para los programas simples, 80% para los múltiples y para los programas dirigidos a terceros países, 85% para los programas finalizados a responder a perturbaciones graves del mercado**. Además, hay la posibilidad de aumentar la cofinanciación de hasta **5 puntos porcentuales** para los beneficiarios de los Estados miembros que reciben ayuda financiera.

**El resto tendrá que estar financiado exclusivamente por la organización solicitante**, que no puede recibir financiación del Estado miembro en el mismo programa de promoción candidato a la cofinanciación de la UE.

	SIMPLES		MÚLTIPLES
	Mercado interior	Terceros países	Mercado interior y terceros países
	70%	80%	80%
<i>5% top-up para las organizaciones solicitantes de un EM bajo asistencia financiera</i>	75%	85%	85%
<i>En caso de perturbaciones graves de mercado (programa simple)</i>	85%		85%

Figura 3. Tasa máxima de cofinanciación de la UE para los costos elegibles.

## PRINCIPIOS GENERALES DE FINANCIACIÓN

- Co-financiación: es necesario **contar con sus propios recursos financieros** para contribuir a los costos de proyecto;
- Non-profit: la subvención **no puede tener por objeto o efecto producir beneficio alguno** para los participantes;
- No retroactividad: es posible obtener cofinanciación **sólo para los costes incurridos después de la fecha de inicio** establecida en el grant agreement;
- No acumulativa: a cada acción sólo puede concederse **una subvención** para cada beneficiario.

## ¿CUÁLES SON LOS CRITERIOS DE ADMISIBILIDAD DE LOS SOLICITANTES?

TIPOLOGÍA DE ORGANIZACIÓN	
PROGRAMAS SIMPLES	PROGRAMAS MÚLTIPLES
Las propuestas pueden ser presentadas por:	Las propuestas pueden ser presentadas por:
<b>Una o más de las siguientes organizaciones de un mismo Estado miembro:</b>	<b>1. Al menos dos de las siguientes organizaciones de al menos dos Estados miembros diferentes:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Organizaciones profesionales o interprofesionales</b> establecidas en un Estado miembro y que sean representativas del sector, incluidos <b>los grupos de productores y transformadores</b> activos en el sector de las <b>indicaciones geográficas</b>;</li> <li>• <b>Organizaciones de productores o asociaciones de organizaciones</b> de productores reconocidas por los Estados miembros;</li> <li>• Organismos del sector agroalimentario <b>que tienen como objetivo proporcionar información sobre los productos agrícolas y promocionarlos.</b></li> </ul>	
	<b>2. Una o más organizaciones profesionales o interprofesionales de la UE.</b>

Figura 4. Listado de las organizaciones elegibles para postular para la cofinanciación para los programas simples y múltiples.

**Representatividad:** Una organización profesional se considera **representativa**:

- (i) si representa al menos el **50% de los productores**, o el **50% del volumen o valor de la producción comercializable** del producto o del sector en cuestión, a nivel del Estado miembro donde está establecida;
- (ii) si se trata de una **organización interprofesional reconocida por un Estado miembro.**

**Criterios de selección:** La organización solicitante debe tener los recursos técnicos, financieros y profesionales necesarios para llevar a cabo el programa de manera eficaz.

**Países elegibles:** Para recibir la ayuda financiera de la UE para un programa de promoción, como coordinador o beneficiario, la organización debe **tener su domicilio legal en un Estado miembro de la UE.**

## ¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOS Y LOS REGÍMENES ADMISIBLES?

UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN PUEDE CUBRIR LOS SIGUIENTES PRODUCTOS:

1. Los productos agrícolas que se enumeran en el anexo I del TFUE, con exclusión del tabaco;
2. **Los siguientes productos procesados:** cerveza, chocolate y productos derivados, productos de pan, pastelería, confitería, bebidas a base de extractos de plantas, pastas, sal, gomas naturales y resinas, pasta de mostaza, maíz, algodón;
3. Las **bebidas espirituosas con indicación geográfica protegida**;
4. Los **vinos DOP o IGP** y los vinos con **indicación de variedad de uva de vinificación**; en el caso de los programas simples, el vino debe estar asociado con uno o más productos diferentes;
5. Los **productos de la pesca** si asociados con uno o más productos.



## UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN PUEDE CUBRIR LOS SIGUIENTES REGÍMENES DE CALIDAD:

- Los **regímenes de calidad de la UE** (DOP, IGP, ETG);
- El **logo de la UE sobre la producción ecológica**;
- El **logo RUP de la UE** para las regiones ultra periféricas;
- Los **sistemas nacionales de calidad**, siempre y cuando las imágenes cumplan con las reglas de origen.

Un programa que abarca un régimen de calidad puede ser integrado por uno o más productos. En el mercado interior estos productos deben aparecer en un mensaje secundario respecto al mensaje principal de la Unión.

## ¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES ADMISIBLES?

1. Gestión del proyecto;
2. Estrategia (estrategia de comunicación, definición de la identidad visual de la campaña);
3. Relaciones públicas (actividades de RP, eventos de prensa);
4. Sitio Web, social media (configuración del sitio web, actualización, mantenimiento, social media-creación de las cuentas, actualización regular-, otras actividades –elaboración de aplicaciones para los smartphones, plataforma de e-aprendizaje, seminarios web, etc.-);
5. La publicidad (prensa escrita, televisión, radio, Internet, al aire libre, al cine);
6. Herramientas de comunicación (publicaciones, paquetes de prensa, artículos y videos promocionales);
7. Eventos (stand en ferias, seminarios, talleres, encuentros B2B, cursos de formación para distribuidores / cocineros, actividades en las escuelas, el patrocinio de eventos, viajes de estudios en Europa);
8. Punto de Venta, promoción (degustación, otros: promoción en publicaciones dedicadas a los minoristas, publicidad en puntos de venta).

## ¿CUÁLES SON LOS COSTES ADMISIBLES?

Se consideran admisibles los gastos incurridos por la organización solicitante durante la ejecución del programa, con la excepción de los gastos relativos a los informes finales y a la evaluación del programa.

Se consideran admisibles para la financiación las siguientes categorías de la UE:

1. Los costes relativos a una **garantía por adelanto** de un banco o de una institución financiera y presentados por la organización proponente;
2. Los costes relativos a los **controles externos**, si necesarios para apoyar las solicitudes de pago;
3. Los **gastos de personal**, limitados a los salarios, a los cargos sociales y a otros costes incluidos en la remuneración del personal a cargo de la ejecución del programa;
4. **Impuesto sobre el valor añadido**, si no es recuperable en virtud de la legislación fiscal nacional y si es pagado por un beneficiario que no es un sujeto pasivo;
5. El coste de los **estudios** para evaluar los resultados de las acciones de promoción e información;
6. Los **costes indirectos elegibles** deben ser determinados aplicando un tipo fijo del 4% del total de los costes directos elegibles para el personal de la organización solicitante.





## ¿COMO PREPARAR Y PRESENTAR UNA PROPUESTA DE PROGRAMA DE PROMOCIÓN? ACTUALIZADO

Las propuestas sólo podrán presentarse electrónicamente a través del [Participant Portal](#) utilizado para los proyectos de investigación e innovación de la UE. El guía para la presentación de las propuestas de programa y todos los documentos necesarios están disponibles en el Participant Portal.

### DOCUMENTOS IMPORTANTES

1. [Programa de trabajo de 2019](#) y [anexos](#)
2. Convocatorias de propuestas para programas [simples](#) y [múltiples](#)
2. Guía para los solicitantes para los programas [simples](#) y [múltiples](#)
3. Modelo de grant agreement para [un sol beneficiario](#) y [beneficiarios múltiples](#)
4. [FAQ – política de promoción](#): sitio web CHAFEA y DG AGRI

[Consultar aquí la presentación del Infoday de 2019 sobre cómo preparar y presentar una propuesta](#)

[Consultar infografía sobre el ciclo de vida de los programas para la promoción de los productos agrícolas de la UE.](#)

### RÉGIMEN LINGÜÍSTICO

**En principio**, las propuestas de proyectos pueden ser presentadas en cualquier idioma oficial de la UE. Sin embargo, la propuesta será evaluada por tres expertos independientes que deben poder leer la propuesta que, como requisito mínimo, debe al menos estar a disposición también en inglés.

- Especialmente para los **programas múltiples**, seleccionados y gestionados por CHAFEA, los solicitantes están invitados a presentar sus propuestas en inglés para facilitar el tratamiento de la solicitud de cofinanciación.
- Para los **programas simples**, seleccionados por CHAFEA pero gestionados por el Estado miembro, se invita a presentar la propuesta en el **idioma del Estado miembro de origen**, a menos que el Estado en cuestión no haya indicado su acuerdo para firmar el grant agreement en inglés.

### CONTACTOS

ACTUALIZADO

#### IT HELPDESK Y CHAFEA

Para preguntas acerca de la herramienta de presentación online de las propuestas pueden contactar el servicio de asistencia en el [Participant Portal](#).

**Para preguntas no relacionadas con aspectos técnicos**, el servicio de asistencia de **Chafea** está disponible en los días laborables entre 9.30 – 12.00 y 14.00 – 17.00.

E-mail: [CHAFEA-AGRI-CALLS@ec.europa.eu](mailto:CHAFEA-AGRI-CALLS@ec.europa.eu)

Teléfono: +352 4301 36611



## AUTORIDADES COMPETENTES EN LOS ESTADOS MIEMBROS

---

A pesar de no participar en el proceso de selección, los Estados miembros siguen siendo a cargo de la gestión de los programas simples.

En los [sitios nacionales](#), los Estados miembros interesados publican las informaciones relativas a la política de promoción y, en particular, a los **programas simples**.

Consultar [a este enlace el listado de las autoridades competentes en los Estados miembros responsables de la implementación de la política de promoción](#) según el Reglamento (EU) No 1144/2014.

## EL PORTAL DE LA CHAFEA SOBRE LA PROMOCIÓN

---

La CHAFEA ha creado un portal enteramente dedicado a la política de promoción: <https://ec.europa.eu/chafea/agri/>

En el portal, pueden encontrar [estadísticas de mercado](#), informaciones sobre las [oportunidades de financiamientos](#) bajo la política de promoción y pueden también [lanzar una búsqueda de socios](#) para los proyectos de promoción.

Consulte también la [presentación de CHAFEA relativa a los instrumentos de soporte disponibles](#) para las organizaciones que quieren participar a la convocatoria de propuestas.

## OTROS ENLACES

ACTUALIZADO

[Sitio Comisión](#)

[FAQ Participant portal](#)

[Sitio CHAFEA](#)

[Presentación sinóptica](#)

[Video y presentaciones del Infoday 2019](#)

[Lista de programas pasados aprobados](#)

[FAQ – política de promoción](#)