

CONVOCATORIA Y BASES DE CONCURSO PARA LA  
SELECCIÓN DE UNA AGENCIA DE EVALUACIÓN DE  
RESULTADOS DEL PROGRAMA EUROPEO

“CELEBRATE EU LAMB”

<b>Nº de proyecto:</b> 101194253
<b>Nombre del proyecto:</b> Celebrate the Everyday with Sustainable Lamb from Europe
<b>Acrónimo:</b> Celebrate-EULamb
<b>Países:</b> España y Hungría
<b>Duración del proyecto:</b> 36 meses (2025, 2026 y 2027)

## ANTECEDENTES

El presente concurso tiene como objetivo la **selección de una agencia independiente** especializada en **evaluación de resultados y estudios de mercado** para el programa “**Celebrate EU Lamb**” (acuerdo de subvención n.º 101194253), cofinanciado por la Unión Europea y promovido por **INTEROVIC** (España) y **JKÁSz** (Hungría), en el marco del Reglamento (UE) n.º 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, el Reglamento delegado (UE) 2015/1829 de la Comisión y el Reglamento de ejecución (UE) 2015/1831 de la Comisión.

Esta normativa recoge el procedimiento, los productos agrícolas objeto de estos programas y los países en los que se pueden desarrollar los mismos. En el Reglamento (UE) N.º 1144/2014 se establece el procedimiento de selección de la agencia de evaluación que deberá cumplir con los requisitos de la convocatoria de los programas europeos de promoción cofinanciados por la Comisión de conformidad con lo establecido en el Reglamento Delegado (UE) 2015/1829 de la Comisión.

El programa tiene una duración de **36 meses**, abarcando los años **2025, 2026 y 2027**, y se desarrollará en **España y Hungría**.

## ORGANISMOS PROPONENTES

- **INTEROVIC** – Organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y Caprino de Carne (España)
- **JKÁSz** – Juh és Kecske ágazati Szakmaközi Szervezet (Hungría)

## OBJETIVO DEL PROGRAMA

El objetivo principal del programa europeo “**Celebrate EU Lamb**” es **posicionar la carne de ovino y caprino como un producto sostenible, natural y alineado con los valores medioambientales de la Unión Europea**, destacando su vinculación con el pastoreo tradicional y los beneficios que esta práctica aporta al entorno rural y a la biodiversidad.

Además, el programa tiene como finalidad:

- **Promover nuevos formatos de consumo** de carne de ovino y caprino que se adapten a las demandas actuales del consumidor, con opciones más accesibles, rápidas y fáciles de preparar.
- **Impulsar la presencia del producto en el canal HORECA**, fomentando su incorporación en cartas de restaurantes y servicios de hostelería, y fortaleciendo así su posicionamiento entre profesionales de la restauración y prescriptores clave.

## OBJETIVOS DE LA CONVOCATORIA

Esta acción tiene como objetivo **supervisar la implementación y la eficacia de las actividades**. La medición de los indicadores se encomendará a un organismo externo independiente, responsable de controlar los efectos generados por la ejecución del programa promocional mediante la medición de indicadores y su impacto en los objetivos identificados.

Se elaborarán informes sobre el progreso del proyecto cada seis meses. En caso de resultados insatisfactorios por parte de los organismos ejecutores, las organizaciones proponentes redactarán informes para solicitar una intervención oportuna. Dentro del informe también se incluirá un apartado de autoevaluación, realizado por el responsable de esta actividad.

Con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos, se llevarán a cabo encuestas directas en los mercados objetivo, con el propósito de medir el nivel de conocimiento sobre la sostenibilidad de la agricultura europea, los productos europeos y los métodos de producción, necesarios para evaluar correctamente el cumplimiento de los valores objetivo establecidos para los indicadores de impacto.

Además, se llevará a cabo una investigación de mercado completa con consumidores finales y empresas (profesionales) sobre la campaña, justo después de la finalización de cada año del proyecto.

La investigación de mercado ayudará a confirmar y valorar los datos obtenidos tras los impactos publicitarios de la campaña de información y promoción. De esta forma, se podrán contrastar dichos datos con los objetivos del programa y confirmar si se han alcanzado.

## PUBLICO OBJETIVO

Consumidor final y profesionales comercializadores de la carne y canal (HORECA).

## ACCIONES A DESARROLLAR

Se realizará una medición de resultados cada uno de los 3 años de campaña, a los diferentes públicos objetivo: B2B y B2C entre Hungría y España.

## PRESUPUESTO

El presupuesto total disponible para la evaluación de resultados del programa “Celebrate EU Lamb” durante los tres años de ejecución (2025–2027) asciende a un máximo de €120.000 para los tres años.

Este presupuesto contemplara todos los costes derivados del diseño, implementación, análisis y entrega de los estudios y entregables especificado.

Además de tendrá en cuenta que será necesaria la presentación de los resultados de uno de los años de la campaña de manera presencial ante REA.

La propuesta económica deberá ser detallada y justificar la asignación de recursos conforme a los objetivos del proyecto y a esta distribución territorial.

## PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Las propuestas deberán enviarse por correo electrónico a la siguiente dirección: [interovic@interovic.es](mailto:interovic@interovic.es)

Asunto del correo: *CelebrateEULamb\_Evaluation\_Agency\_2025*

## PROCEDIMIENTO

### FASE DE PRE-SELECCIÓN DE ORGANISMOS DE EVALUACIÓN

Las solicitudes deberán enviarse por correo electrónico a la entidad convocante, tal y como se ha indicado más arriba, de manera obligatoria la siguiente documentación para superar la primera fase:

- Carta de solicitud fechada y firmada que confirme la aceptación de las condiciones de licitación.
- Declaración jurada sobre la ausencia de conflicto de intereses con la entidad proponente.
- Certificados de cumplimiento de obligaciones tributarias y de Seguridad Social.
- Certificado de que no existe conflicto de intereses con INTEROVIC y JKAS, sus trabajadores, ni con las asociaciones miembro de las mismas.
- Capacidad técnica:
  - Una lista de referencias principales en acciones de estudio de mercado agroalimentaria o similares, en las que se indique el propósito, el importe y la duración de los servicios prestados.
  - El nivel de experiencia de la persona o personas encargadas de coordinar los servicios en general y los detalles de su experiencia en la realización de campañas en el mercado interior.
  - Una visión general del organismo de evaluación y su estructura interna.
  - Descripción detallada del equipo a cargo de la evaluación.
  - Evidencia del conocimiento del mercado en el que se orienta en este ejercicio.
- Capacidad financiera: cuentas del último ejercicio fiscal.

Todo este material se deberá entregar digitalizado en un soporte adecuado.

Esta información debería dar a los licitadores una idea justa de la coincidencia entre sus necesidades y las ofertas, así como la capacidad de los organismos de evaluación de gestionar una campaña cofinanciada por la Unión Europea.

En esta fase se garantiza que no existe conflicto de intereses entre las agencias licitadores, INTEROVIC, sus trabajadores, y sus socios.

Valoración de la fase de pre-selección:

<b>Capacidad Técnica (hasta 85 puntos), mínimo 50 puntos</b>		
Criterio	Puntuación Máxima	Detalles de Valoración
Experiencia en estudios de mercado agroalimentarios	20 puntos	Nº de proyectos similares realizados, relevancia y alcance sectorial e internacional.
Experiencia del equipo coordinador en campañas del mercado interior	15 puntos	Nivel de responsabilidad, años de experiencia, sectores trabajados.
Perfil del equipo técnico evaluador	15 puntos	Formación, especialización y adecuación al objeto del contrato.
Estructura y funcionamiento del organismo proponente	15 puntos	Solidez operativa, metodologías de trabajo, capacidad logística.
Conocimiento del mercado objetivo del proyecto	20 puntos	Nivel de conocimiento y adaptación a las particularidades del mercado objetivo.
<b>Capacidad financiera (hasta 15 puntos)</b>		
Solvencia económica demostrada a través de las cuentas del último ejercicio fiscal	10 puntos	Evaluación basada en volumen de negocio, estabilidad financiera, y ausencia de pérdidas recurrentes.

**Puntuación Total Máxima:** 100 puntos. El umbral mínimo de puntuación técnica: Para optar a la adjudicación, las propuestas deberán obtener al menos 50 puntos en el bloque de Capacidad Técnica.

Pasaran a la siguiente fase un **máximo de 3 propuestas**, de este modo, en caso de empate, se dará prioridad a la mayor puntuación en experiencia en estudios de mercado agroalimentarios, y a la mayor puntuación en solvencia económica.

## FASE DE CONCURSO

En esta fase, se enviará un **briefing detallado y las condiciones de valoración** a las agencias que hayan superado la fase de selección. El briefing incluirá información sobre los **objetivos** del mercado, **público objetivo** y **criterios** de valoración para la adjudicación definitiva. Esta fase del concurso se plantea para garantizar el “Best Value for Money” (mejor relación calidad-precio).

### Valoración de las propuestas finalistas:

El equipo técnico de **INTEROVIC** y **JKÁSz** será responsable de la evaluación de las propuestas recibidas. La valoración se realizará de forma **objetiva** y **transparente** en base a los criterios definidos en el apartado anterior.

Una vez completada la evaluación técnica, se elevará una propuesta de adjudicación a los **expertos del grupo de promoción**, quienes deberán **ratificar la decisión final**.

## CALENDARIO

- Publicación de las bases del concurso: 22 de mayo de 2025.
- Fecha límite para recepción de credenciales: las propuestas deberán ser remitidas hasta el 12 de junio de 2025, antes de las 12:00 horas (CET).
- Resolución fase de selección: Las candidaturas serán evaluadas según los criterios establecidos, y se comunicará el resultado a los participantes el 16 de junio de 2025.
- Apertura del proceso de adjudicación: Se enviará el briefing a las agencias seleccionadas, el 16 de junio de 2025.
- Presentación de propuestas: Las agencias tendrán un plazo de dos semanas para la entrega de sus planes de evaluación: 30 de junio de 2025, antes de las 12:00 horas (CET).
- Resolución de adjudicación: La entidad proponente comunicará la adjudicación definitiva a todos los organismos de evaluación participantes, el 5 de julio de 2025.

## CONDICIONES DE LICITACIÓN:

- El fin de este concurso es la medición de resultados de un programa de promoción con cofinanciación europea.
- Este ejercicio de licitación no es remunerado: no se proporciona compensación financiera a los solicitantes cuyas ofertas no tengan éxito.
- Toda información remitida a los solicitantes seleccionados debe ser tratada como estrictamente confidencial y debido a la naturaleza institucional de los datos no pueden ser utilizados para otros clientes.

- Los candidatos seleccionados deben presentar recomendaciones detalladas en el proyecto a presentar.
- La propuesta de la agencia debe ser presentada en español e inglés.
- Una vez que el trabajo del solicitante seleccionado ha sido acordado y pagado, se convierte en propiedad del licitador sin limitación de tiempo o lugar, y esto incluye el uso para todos los métodos y medios de comunicación.
- Los gastos no podrán efectuarse hasta que se haya firmado un contrato marco entre el licitador y la agencia ganadora del concurso. La agencia ganadora del concurso deberá firmar un contrato con el licitador.

## ÁMBITO REGLAMENTARIO

La empresa adjudicataria deberá cumplir con los requisitos de la convocatoria de programas de promoción europeos co-financiados por la Comisión de acuerdo lo estipulado en los reglamentos Reglamento (UE) 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, el Reglamento delegado (UE) 2015/1829 de la Comisión y el Reglamento.