

Los criterios de adjudicación y como preparar una buena propuesta

European
Commission



Jornada sobre “Acciones de información y promoción relativas a los productos agrícolas en el mercado interior y terceros países”.



Contenido de la presentación

- [Como empezar](#)
- [Calendario 2025](#)
- [Los criterios de adjudicación](#)
- [Preparación de propuestas](#)
- [Lista de recursos](#)
- [Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la propuesta](#)
- [Información de referencia](#) (más ejemplos y lista de criterios)

Cómo empezar...



How to apply - Promotion of agricultural products

PAGE CONTENTS

- Steps for applying
- Promotion programmes
- Common mistakes
- Am I eligible?
- Further advice for applicants

Steps for applying

This page explains the application process for projects co-funded under the Promotion of Agricultural Products. Before you apply, please consult these [FAQs](#).

To apply, you need to follow these steps:

1. REA publishes calls for proposals in line with the [promotion policy work programme](#). The annual work programmes are based on the EU's policy priorities, notably the [EU Promotion Policy](#), the [European Green Deal](#), and the [Farm to Fork strategy](#). You can find all calls for proposals, the specific call topics, the deadlines and application forms on the [Funding and Tenders portal](#).

REA organises an annual Information Day to present the calls for proposals and to offer applicants information on how to prepare successful proposals. In addition, national authorities in EU Member States organise info sessions, in which REA and the European Commission take part.

Promoción Agrícola página de REA

https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0/how-apply-promotion-agricultural-products_en#steps-for-applying

PAGE CONTENTS

- Steps for applying
- Promotion programmes
- Common mistakes
- Am I eligible?

Further advice for applicants



Cómo empezar...

The screenshot shows the EU Funding & Tenders Portal interface. The top navigation bar includes 'Home', 'Funding', 'Procurement', 'Projects & results', 'News & events', and 'Work as an expert'. A dropdown menu for 'Guidance & documents' is open, showing options like 'Guidance & manuals', 'Reference documents', 'How to participate', 'FAQ', 'Helpdesk & support', and 'Videos'. The 'Reference documents' section is active, displaying filters for '2021 - 2027' and 'Promotion of Agricultural Products (AGRIP)'. A search bar and a list of documents are visible, with '2025' selected in the year filter and 'Work Programme 2025' highlighted in the document list.

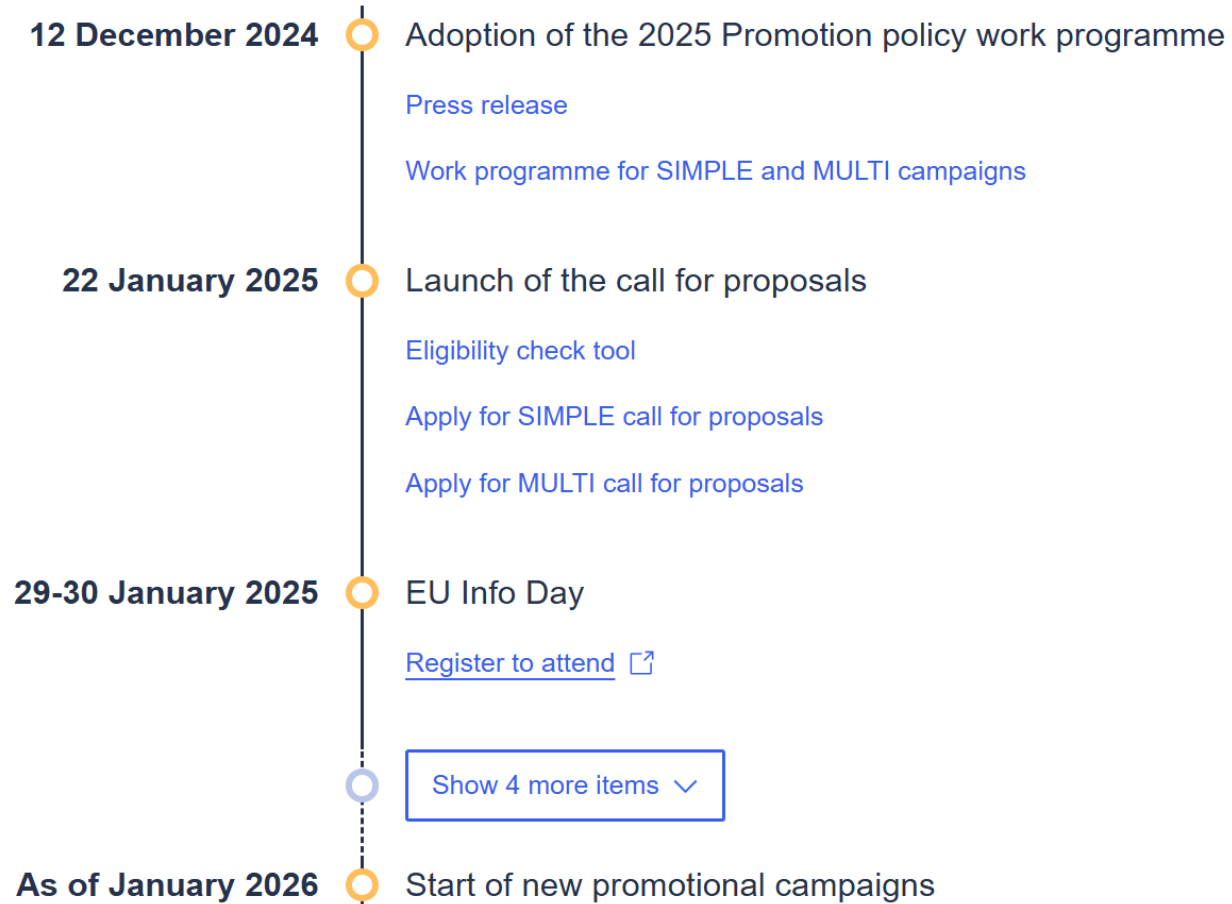
Portal de Financiación y Licitaciones

<https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/how-to-participate/reference-documents>

Calendario 2025

2025 call for proposals

(Indicative timeline subject to changes)



Convocatoria de propuestas página de REA

https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0/calls-proposals-promotion-agricultural-products_en

Calendario 2025



Criterios y subcriterios de adjudicación

- Sección 9 de la convocatoria de propuestas ([SIMPLE](#) / [MULTI](#))
- ANNEX I de la [Guía del programa AGRIP](#) (con subcriterios)

Cada **criterio** de **adjudicación** consta de varias secciones y subcriterios, **que** se explican y detallan en la Guía del programa de promoción agrícola (disponible en todas las lenguas de la UE).

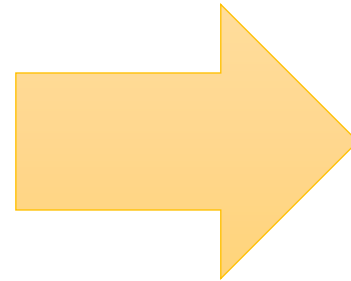
Si una propuesta ya ha sido evaluada, el **Informe Resumido de Evaluación (IRE)** ofrece una evaluación detallada de cada subcriterio realizada por los expertos externos durante la evaluación.

Criterios de adjudicación

PERTINENCIA

CALIDAD

IMPACTO



UMBRAL	PUNTUACIÓN
PERTINENCIA	15/25
CALIDAD	30/50
IMPACTO	15/25
TOTAL	60/100

Criterios de adjudicación

CRITERIOS

Puntaje máximo y umbral

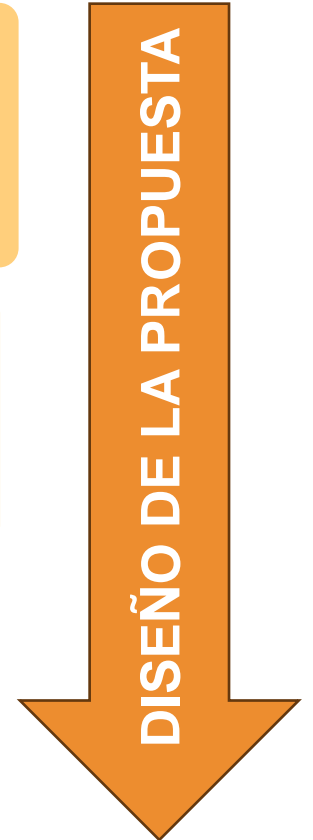
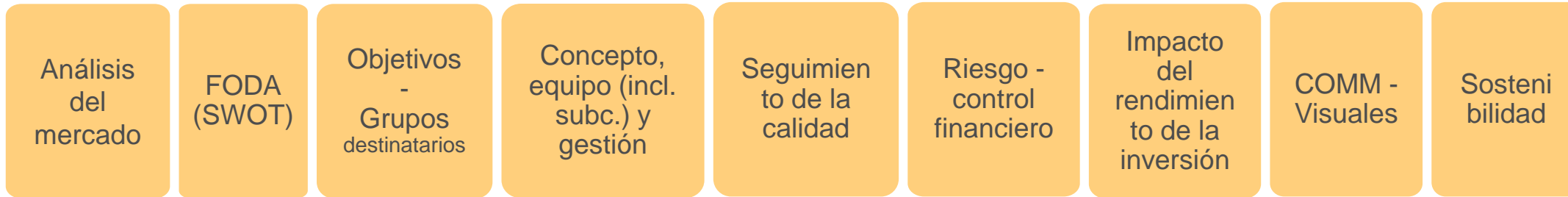
Sección de criterios y subcriterios

Los criterios y subcriterios figuran en la [guía del programa](#) **anexo I**

CRITERIOS	SUBCRITERIOS	
1. <u>PERTINENCIA</u>	Puntuación máxima: 25	Umbral: 15
(a) Pertinencia de las acciones de información y promoción propuestas respecto a los objetivos específicos y generales consignados en el artículo 2 del Reglamento (UE) n.º 1144/2014, a los fines referidos en el artículo 3 de dicho Reglamento, así como a las prioridades, objetivos y resultados previstos anunciados en el marco de la prioridad temática correspondiente	<ul style="list-style-type: none"> • La propuesta se atiene fielmente a los objetivos y fines específicos establecidos en el fundamento jurídico, y aborda de manera adecuada la prioridad temática elegida y el tema de la convocatoria de propuestas. • Los aspectos pertinentes se traducen en la estrategia, las actividades y los mensajes del programa. 	
(b) Contribución de la propuesta de proyecto de información y promoción en relación con los objetivos en materia de clima y medio ambiente de la PAC y el Pacto Verde Europeo, en particular, en lo que respecta a la sostenibilidad de la producción y el consumo.	El proyecto contribuye eficazmente a cumplir los objetivos en materia de clima y medio ambiente de la política agrícola común, en particular, en lo que se refiere a la sostenibilidad de la producción y el consumo (Pacto Verde Europeo). <ul style="list-style-type: none"> • Los proyectos ejecutados en el mercado interior se ajustan a las directrices dietéticas basadas en los alimentos (FBDG) del Estado miembro destinatario. 	

Preparación de propuestas

Enfoque de preparación del programa de promoción



Preparación de propuestas – consejos útiles

- Lea atentamente el **documento de la convocatoria**, las **preguntas frecuentes** y los **reglamentos** pertinentes: ¿Es mi organización subvencionable? ¿Mi propuesta se corresponde con los objetivos temáticos? ¿Cumple todas las condiciones de la convocatoria?
- Pedir a una persona con **perfil comercial** que trabaje en la preparación la propuesta
- Seguir las instrucciones que figuran en la **guía del programa**
- Prestar atención a los **criterios y subcriterios de adjudicación**
- Para nuevas presentaciones de proyectos ya evaluados en el pasado: abordar las deficiencias detectadas en el **anterior Informe Resumido de Evaluación (IRE)**
- Garantizar una **traducción** de buena calidad
- No espere hasta el **último minuto** para presentar su propuesta

Preparación de propuestas – recursos

- Marco jurídico:
 - Reglamento (UE) [1144/2014](#)
 - Reglamento Delegado (UE) [1829/2015](#) (*Actualización del 24/01/2025 (UE) [2025/70](#)*)
 - Reglamento de Ejecución (UE) [1831/2015](#)
- [Portal de Financiación y Licitaciones](#) (F&T)
- Página web de [la REA](#)
- [Jornada de información para la convocatoria de propuestas 2025](#)
(*videos con interpretación en español y presentaciones*)

Preparación de propuestas – recursos

➤ Portal de Financiación y Licitaciones (F&T)

- Documentos de referencia
- Convocatorias de propuestas 2025 — Documentos de la convocatoria (en todas las lenguas de la UE)
- Formulario de solicitud: a través del módulo de presentación (especifico para cada tema)
- Preguntas frecuentes (FAQ) y traducciones electrónicas en *todas las lenguas de la UE* directamente disponibles en el portal F&T (*seleccionar el idioma arriba a la derecha*)
- La guía del programa de promoción agrícola (AGRIP)

Preparación de propuestas – recursos

➤ Página web de la REA:

- Información pertinente para preparar las propuestas. [Cómo presentar solicitudes](#) (EN)
- [Mapa de campañas](#) información sobre todos los programas cofinanciados
- [Campañas de promoción](#) organizados por la CE
- Información para los exportadores: [manuales de entrada](#) en el mercado (27 informes de estudios de mercado de países no pertenecientes a la UE.
- Portal [Access2Market](#) y otros informes e información pertinentes para los mercados de terceros países
- [Información relativa a los derechos de propiedad intelectual \(DPI\)](#) : protección de las indicaciones geográficas, marcas en mercados de terceros países
- [Suscríbase](#) al boletín para recibir las últimas noticias del programa de promoción.

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

La propuesta queda fuera del ámbito de aplicación de la convocatoria de propuestas o tema.

Debe comprobar cuidadosamente el **alcance de la convocatoria y el tema** para el que presenta una solicitud. Por ejemplo, la descripción del tema indica si el programa de promoción puede dirigirse al **mercado interior de la UE** o a **países no pertenecientes a la UE** y si **todos los productos o sistemas** entran en el ámbito de aplicación del tema en cuestión.

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

Los objetivos del programa de promoción no están bien definidos.

Los **objetivos** del programa se definirán claramente y se **basarán en un análisis de mercado**. Esto facilita la definición de la estrategia del programa. Los objetivos se fijarán en un marco SMART (*Específicas, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con un Tiempo definido*)

También se identificará un conjunto de **indicadores** que permitan el seguimiento **de la ejecución de los objetivos**.

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

El análisis del mercado es débil.

El análisis del mercado no abarca el **mercado destinatario** de la propuesta; no se basa en **datos sólidos de estudios de mercado ni en cifras de importación/exportación**. El análisis de mercado no explica la **posición competitiva de la entidad proponente frente a sus competidores de terceros países**. El análisis de mercado no **identifica ni describe claramente los grupos destinatarios** del programa. El análisis de mercado no describe la **estructura y el funcionamiento de los canales de distribución y minoristas**.

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

Las actividades y los resultados concretos no están bien definidos.

Las buenas propuestas de programas proporcionan una descripción detallada de las **actividades** que deben ejecutarse, así como de **los resultados concretos** (es decir, los resultados de la campaña). Esto permite evaluar su **coherencia** con la estrategia y los objetivos del programa, así como su **rentabilidad**. Las instrucciones disponibles en la guía para los solicitantes le ayudarán con una lista de preguntas fundamentales que deben ser tenidas en cuenta en su propuesta.

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

Falta de detalles sobre el presupuesto y el coste de las actividades.

El presupuesto se **presenta de forma imprecisa** y no es posible **determinar la división entre las actividades**. Además, dado que las actividades están mal descritas, no es posible evaluar si el **presupuesto es acorde** con ellas. Además, los **costes de las actividades propuestos no son coherentes** con la descripción y el **alcance de los resultados**. Esto también hace imposible evaluar si los costes de las actividades individuales **son comparables a los tipos de mercado habituales en el país destinatario**.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



Preguntas (no informáticas) REA-AGRI-GRANTS@ec.europa.eu

[Formulario de contacto del servicio de asistencia informática \(IT\)](#)

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

Costes inflados.

En algunos casos, los costes están **inflados** (cenas B2B; Coordinación del proyecto, WP 1.2, algunos costes unitarios de alojamiento e indemnizaciones).

Los costes de las actividades son generalmente coherentes con la descripción y el alcance de los resultados, aunque algunos costes de viaje están **inflados**.

Los costes globales de un vídeo promocional y la identidad visual están **inflados**, teniendo también en cuenta la sinergia con la estrategia de comunicación ya adoptada en el país X (campaña visual, contenidos, gráficos).

En WPX y en el país X (bolsas y tazas) por XXX EUR al año está **inflado** y no está claro, ya que **no se indican específicamente las unidades** por país.

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

El impacto, la rentabilidad y la sensibilización se abordan de forma deficiente.

El programa es de **pequeña escala** y **no detalla la cobertura prevista** (por ejemplo, número o proporción relativa de consumidores/importadores/compradores destinatarios, etc.). Su potencial para aumentar la **demanda o la cuota de mercado** de los productos ecológicos de la UE es **vago** y no se presenta de forma convincente... El nivel de **inversión** propuesto no está **justificado** debido a la falta de descripción en relación con **la rentabilidad de la inversión prevista** y el **aumento de la sensibilización**.

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

La descripción de la estructura de gestión, el equipo y los subcontratistas son insuficientes.

La **estructura de gestión** y las funciones del **equipo** que participa en el proyecto no están suficientemente descritas. **No está claro** cómo se **repartirían las tareas entre el solicitante y los subcontratistas** (es decir, los organismos de ejecución y evaluación). La **estrategia de coordinación interna** en términos de gestión de los distintos socios y **organismos de ejecución** es muy vaga.

No se especifican procedimientos para seleccionar los organismos de ejecución y evaluación. La propuesta no establece **procedimientos adecuados para supervisar** el trabajo de los organismos de ejecución y otros subcontratistas.

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

El programa de promoción no tiene una escala significativa.

Los programas de promoción deben tener **una escala significativa** en cuanto a su impacto transfronterizo mensurable previsto.

En el caso de los programas SIMPLE, esto significa también que deben ejecutarse en un país de la UE distinto del país de la UE de las organizaciones proponentes (las excepciones a esta norma se aplican a la promoción de los regímenes de calidad de la Unión Europea y a las prácticas dietéticas adecuadas; [véase el artículo 3, apartado 1, letra b\), del Reglamento \(CE\) n.º 2015/1829](#).

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

Falta el mensaje de la Unión Europea.

Un programa de promoción debe tener una **dimensión europea**, tanto en términos de contenido como de impacto. Un aspecto de la dimensión de la UE es la presencia de un [mensaje principal de la UE](#). Los mensajes no solo deben centrarse en el producto promovido, sino también en las normas de producción europeas, la calidad y la seguridad de los alimentos europeos, las prácticas dietéticas y la cultura europeas, los logotipos de calidad de la Unión Europea, etc.

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

No se describe la organización y la gestión de riesgos.

La **organización** del programa y la **gestión** de riesgos se evalúan con arreglo al criterio de adjudicación «calidad de gestión» para valorar si los solicitantes están bien preparados para la **ejecución del programa**. Se evalúan sobre la base de la información proporcionada en la propuesta, con independencia de la notoriedad, la envergadura o la experiencia de la entidad proponente.

Ejemplos de puntos que deben mejorarse en la preparación de propuestas

Falta la metodología de la evaluación.

La propuesta de programa indicará cómo se **evaluará el impacto de la campaña**. Por lo tanto, debe exponer cómo se aplicarán los **métodos de evaluación elegidos** en concordancia con los objetivos e indicadores definidos en la propuesta.

Criterios de adjudicación — Pertinencia (1/3)

CRITERIOS	SUBCRITERIOS	
1. <u>PERTINENCIA</u>	Puntuación máxima: 25	Umbral: 15
<p>(a) Pertinencia de las acciones de información y promoción propuestas respecto a los objetivos específicos y generales consignados en el artículo 2 del Reglamento (UE) n.º 1144/2014, a los fines referidos en el artículo 3 de dicho Reglamento, así como a las prioridades, objetivos y resultados previstos anunciados en el marco de la prioridad temática correspondiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La propuesta se atiene fielmente a los objetivos y fines específicos establecidos en el fundamento jurídico, y aborda de manera adecuada la prioridad temática elegida y el tema de la convocatoria de propuestas. • Los aspectos pertinentes se traducen en la estrategia, las actividades y los mensajes del programa. 	
<p>(b) Contribución de la propuesta de proyecto de información y promoción en relación con los objetivos en materia de clima y medio ambiente de la PAC y el Pacto Verde Europeo, en particular, en lo que respecta a la sostenibilidad de la producción y el consumo.</p>	<p>El proyecto contribuye eficazmente a cumplir los objetivos en materia de clima y medio ambiente de la política agrícola común, en particular, en lo que se refiere a la sostenibilidad de la producción y el consumo (Pacto Verde Europeo).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los proyectos ejecutados en el mercado interior se ajustan a las directrices dietéticas basadas en los alimentos (FBDG) del Estado miembro destinatario. 	

Criterios de adjudicación — Pertinencia (2/3)

<p>(c) Calidad y pertinencia del análisis de mercado</p>	<ul style="list-style-type: none">• El análisis de mercado abarca el mercado o los mercados de destino de la propuesta; se basa en datos sólidos de estudios de mercado o en las cifras de importación y exportación que se han citado en la propuesta.• En el análisis de mercado se destacan las tendencias y los retos que abordará el programa, y estos se presentan en un análisis DAFO coherente.• En el análisis de mercado se describe la posición competitiva de la entidad o las entidades proponentes y de los productos que se van a comercializar, de otros proveedores de la UE, así como de sus competidores de terceros países.
	<ul style="list-style-type: none">• En el análisis de mercado se identifican y describen adecuadamente los grupos destinatarios a los que se dirige el programa.• En el análisis de mercado se describe la estructura y el funcionamiento de los canales minoristas y de distribución.• En lo que atañe a los mercados de terceros países, se hace referencia a las condiciones de importación, como las barreras arancelarias y no arancelarias.

Criterios de adjudicación — Pertinencia (3/3)

<p>(d) Coherencia de la estrategia, los objetivos, los grupos destinatarios y los mensajes clave del programa</p>	<ul style="list-style-type: none">• Los objetivos del programa son coherentes con los análisis de mercado y DAFO.• Los objetivos del programa son específicos, mensurables, realizables, orientados a la consecución de resultados y asequibles en un plazo determinado (SMART).• La estrategia aborda los retos identificados en el análisis de mercado y es coherente con los objetivos del programa.• En caso de continuar las campañas cofinanciadas previas, se describe claramente su repercusión y el motivo para su continuación.• La estrategia y los mensajes clave se adaptan a todos los mercados y grupos destinatarios.
<p>(e) Mensaje de la campaña de la UE</p>	<ul style="list-style-type: none">• La propuesta describe claramente el mensaje principal previsto de la UE y de qué modo el programa difundirá información y promoverá una o varias características específicas de los productos y los métodos de producción agrícola de la UE.• Los mensajes de los programas aluden a Europa en general, a la UE, la PAC, la legislación de la UE, los productos de la UE o las normas de producción de la UE. Todos ellos están en consonancia con los objetivos del tema seleccionado.

Criterios de adjudicación — Calidad (1/3)

2. <u>CALIDAD</u>	Puntuación máxima: 50	Umbral: 30
(a) Selección idónea de actividades en relación con los objetivos y la estrategia del programa, conjunto adecuado de herramientas de comunicación, sinergia entre las distintas actividades	<ul style="list-style-type: none">• Las actividades y el conjunto de herramientas de comunicación se corresponden con el objetivo, la estrategia y los grupos destinatarios del programa.• Las actividades planificadas se refuerzan mutuamente.• Si el programa se lleva a cabo paralelamente a otras campañas privadas o públicas, su diseño genera sinergias con estas.	
(b) Descripción concisa de las actividades y los resultados entregables	<ul style="list-style-type: none">• Las actividades se describen adecuadamente con el fin de dar respuesta a las preguntas: ¿quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué? <p>La descripción es suficientemente detallada como para estimar la relación coste-eficacia.</p>	
(c) Calidad de los indicadores y métodos de evaluación propuestos	<ul style="list-style-type: none">• La evaluación comprende un estudio para determinar la repercusión del programa realizada por una entidad externa independiente.• La metodología es conforme con la propuesta en el anexo III.• Los indicadores propuestos son acordes con los principios expuestos en el artículo 22 del Reglamento de Ejecución (UE) 2015/1831 de la Comisión.• Se proponen valores de referencia y objetivos respecto a los indicadores previstos.	

Criterios de adjudicación — Calidad (2/3)

<p>(d) Asignación adecuada del presupuesto en relación con los objetivos y el alcance de las actividades</p>	<ul style="list-style-type: none">• El presupuesto se divide eficazmente entre las actividades. Es coherente con la estrategia descrita y el impacto previsto.
<p>(e) Descripción clara de los costes estimados y de la precisión del presupuesto</p>	<ul style="list-style-type: none">• Para cada resultado entregable, los costes se describen y se presentan utilizando costes por producción.• No existen errores en el análisis de costes en la parte B ni en el cuadro presupuestario detallado. <p>El cuadro presupuestario detallado es coherente con el presupuesto presentado en la parte A de la propuesta y con la descripción que figura en la parte B, sección 4.</p>

Criterios de adjudicación — Calidad (3/3)

<p>(f) Coherencia entre los costes estimados y los resultados entregables previstos</p>	<ul style="list-style-type: none">• Los costes de las actividades son coherentes con la descripción y el alcance de las prestaciones.• Los costes unitarios de las actividades son comparables con los precios de mercado habituales en el país destinatario.• El número de días-persona estimado para las actividades ejecutadas por el solicitante o solicitantes es proporcional al nivel de su participación en la ejecución del programa; sus tasas están justificadas.
<p>(g) Organización del proyecto y estructura de la gestión</p>	<ul style="list-style-type: none">• La estructura de gestión y las funciones del personal que interviene en la ejecución del programa se describen con claridad.• La división de las tareas entre los órganos de ejecución/evaluación y los solicitantes se define con claridad.

Criterios de adjudicación — Impacto

3. <u>IMPACTO</u>	Puntuación máxima: 25	Umbral: 15
(a) Repercusión del proyecto a escala de la UE	<ul style="list-style-type: none">• El programa posee una escala significativa y potencial para elevar la demanda o la cuota de mercado.• El programa tiene una cobertura significativa (por ejemplo, el número y el porcentaje relativo de consumidores, importadores, compradores a los que se dirige, etc.).• La repercusión del programa se cuantifica en el nivel de la entidad o las entidades proponentes o de los Estados miembros de la entidad o las entidades proponentes.• El programa tiene el potencial de beneficiar a otros productores de la UE del mismo sector productivo u otros diferentes.• El proyecto tiene potencial para garantizar una repercusión económica y social sostenida. En su caso, se describe el valor añadido en lo que atañe al empleo.• El proyecto tiene potencial para contribuir a la producción o al consumo sostenibles.	
(b) Justificación del nivel general de inversión	<ul style="list-style-type: none">• El nivel de inversión propuesto se justifica por la rentabilidad de la inversión prevista (en el caso de los programas de promoción), o por el aumento del grado de sensibilización (en el caso de los programas de información).	

Gracias



© Unión Europea 2024

A menos que se indique lo contrario, la reutilización de esta presentación está autorizada en virtud de la licencia [CC BY 4.0](#). Para cualquier uso o reproducción de elementos que no sean propiedad de la UE, puede ser necesario solicitar la autorización directamente de los respectivos titulares de derechos.

Diapositiva xx: elemento afectado, fuente: [por ejemplo, Fotolia.com](#); Diapositiva xx: elemento afectado, fuente: [por ejemplo, iStock.com](#)