

CONVOCATORIA DEL CONCURSO DE MEDICIÓN DEL PROGRAMA EUROPEO DE PROMOCIÓN DE DOP JAMÓN DE TERUEL. AGRIP-SIMPLE-2025-IM-EU QS

Anunciante: Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Jamón y Paleta de Teruel

País en el que se ejecutará la campaña: España.

Duración de la campaña: 3 años (2026, 2027 y 2028). Al comenzar a lo largo del año 2026 (mes aún por determinar), se estima que finalice a principios de 2029.

Presupuesto: 41.500 € IVA no incluido para los tres años.

Plazos de entrega de la documentación:

Se dará 30 días de difusión al concurso. Las empresas interesadas en participar podrán enviar la documentación relacionada con las fases 1 (exclusión) y 2 (selección), **hasta el 30 de marzo de 2026.**

- FASE 1: EXCLUSIÓN

- Declaración firmada que de fe del cumplimiento del artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público
- Certificado que demuestre estar al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y de la Seguridad Social impuestas por la legislación vigente.
- Certificado que demuestre que no mantiene conflicto de intereses con la entidad beneficiaria y entidad socia, en su caso, por razones de interés económico, afinidad política o nacional, vínculos familiares o emocionales o cualquier otro interés compartido.

- FASE 2: SELECCIÓN

- Capacidad técnica: Estructura de la agencia y personal asignado al proyecto. Se entenderá por capacidad técnica u operativa la disponibilidad de recursos humanos y técnicos suficientes con las cualificaciones profesionales necesarias para llevar a cabo las acciones propuestas. Pueden valorarse en esta fase aspectos como la experiencia profesional, siempre que se fijen unos mínimos para su consideración y dicho requisito no restrinja la concurrencia.
- Capacidad financiera.
La solvencia económica y financiera del empresario podrá acreditarse por medio de declaraciones apropiadas de entidades financieras, declaración del empresario sobre el volumen de negocio o, en su caso, justificante de la existencia de un seguro de indemnización por riesgos profesionales
Las condiciones mínimas de solvencia que deberá acreditar el empresario, será un volumen anual de negocios, considerando la mejor cifra de los últimos tres ejercicios disponibles, por importe mínimo en euros equivalente al 35% del importe anual con IVA del presupuesto del programa para la medición de resultados.
- Ausencia de conflicto de intereses.
- Experiencia y cualificación del equipo asignado al proyecto, valorándose especialmente la experiencia en evaluación de programas europeos de promoción, de conformidad con los currículums presentados.

Esta fase no es puntuable, será excluyente, de tal manera que todos los organismos de medición que cumplan estos criterios deben pasar a la siguiente fase.

Finalmente, el resto de documentación relativa a la FASE 3 (adjudicación) se entregará a la **DOP JAMÓN DE TERUEL del 30 de marzo al 10 de abril de 2026.** Las propuestas tendrán que remitirse en formato digital a las direcciones de correo electrónico **promocion@jamondeteruel.com y/o gerencia@jamondeteruel.com** Para consultas relacionadas con el concurso, la persona de contacto será **José Ricardo Pellicer Jordán**, teléfono **978 61 89 40 / 699 83 74 91**

Consideraciones de interés:

- La finalidad del concurso es la selección de una empresa de medición que controle los resultados alcanzados por el plan trienal de promoción en España aprobado por la Unión Europea y que se rige por lo establecido en el *Reglamento 1144/2014 de 22 de octubre, sobre acciones de información y promoción de productos agrícolas en mercado interior y en terceros países*.
- Condiciones de contratación: Las establecidas en el briefing y en la normativa comunitaria.
- Tipo de concurso: No remunerado.

Proceso de selección (criterios de valoración): detallados en el briefing en el punto 4.

BRIEFING**1. INTRODUCCIÓN**

Este programa se centrará en incrementar el conocimiento y la competitividad de las Denominaciones de Origen Protegidas de la Unión Europea en general y, la DOP Jamón/Paleta de Teruel en particular. Nuestra propuesta es un Programa AGRIP-SIMPLE-2025-IM-EU QS de información y de promoción, destinado a fomentar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión (Reglamento UE Nº 1144/2014).

Nuestro objetivo es incrementar el conocimiento y reconocimiento de los regímenes de calidad DOP de la Unión Europea, y aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas DOP, enfocándonos específicamente en jamones y paletas con DOP Teruel. Nuestro programa se concentrará en el mercado español, al ser el mercado principal y el más próximo al lugar de producción para la DOP Jamón/Paleta de Teruel y uno de los países con más bajo conocimiento del sello DOP (14% contra una media UE27 del 18%, según los datos del SPECIAL EUROBAROMETER 556, de 2024). Este desconocimiento supone una grave amenaza para la competitividad del Jamón/Paleta de Teruel DOP en su mercado interno.

El objetivo específico de este proyecto es incrementar el conocimiento y reconocimiento de esta D.O.P. de la UE, ayudando a los consumidores a conocer las bondades de los productos agrícolas que llevan sellos europeos de calidad, no solo en cuanto a la calidad y garantía que suponen, sino también en lo que respecta a ejercer un consumo más responsable y sostenible, consumiendo productos de origen más cercano y cuya producción tiene un impacto directo muy positivo en la dinamización del empleo local y las economías regionales de zonas agrícolas de España y la UE.

El resultado esperado es aumentar los niveles de reconocimiento del logotipo asociado a los regímenes de calidad de la Unión por los consumidores españoles, en particular el de la DOP Jamón/Paleta de Teruel, y fomentar con ello el consumo de alimentos locales y europeos identificados bajo estos regímenes de calidad en general, y del Jamón de Teruel DOP en particular, e incrementar su cuota de mercado frente a las alternativas sin sellos de calidad de la UE.

2. INFORMACIÓN SOBRE EL CONCURSO**2.1 Reglamentación**

Las empresas que participen en el concurso deben conocer y aceptar en todos sus términos la legislación que los regula y que se resume a continuación:

- Reglamento 1144/2014 de 22 de octubre, sobre acciones de información y promoción de productos agrícolas en mercado interior y en terceros países.
- Reglamento delegado 2015/1829 de 23 de abril que completa el Reglamento 1144/2014 de 22 de octubre.
- Reglamento ejecución 2015/1831 de 7 de octubre por el que se establecen disposiciones de aplicación al Reglamento 1144/2014 de 22 de octubre.

NOTA: El detalle completo del plan de trabajo del programa estará a disposición de los licitadores que lo soliciten, pudiendo omitirse aquella información que tenga carácter confidencial. El plan completo se facilitará íntegramente a la empresa adjudicataria.

2.2 Acciones a desarrollar

La Comisión Europea establece una serie de directrices para una mejor regulación: Better regulation: guidelines and toolbox. En este contexto, el objetivo del M&E (sistema de monitoreo y evaluación) bajo este programa será evaluar en qué medida la intervención de DOP Jamón de Teruel contribuyen a:

1. Aumentar el conocimiento de los consumidores europeos sobre las bondades de los productos agrícolas de la Unión y de los elevados estándares de calidad que cumplen los métodos de producción de la Unión.
2. Aumentar la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la Unión y mejorar su visibilidad dentro de la Unión e incrementar su cuota de mercado.
3. Incrementar el conocimiento y reconocimiento del régimen de calidad DOP de la UE
4. Aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de productos agrícolas DOP de la UE, y elevados estándares de calidad de los métodos producción UE
5. Aumentar la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la UE con DOP y mejorar su visibilidad.

Por tanto, la evaluación externa se encargará a un organismo de evaluación que se centrará en:

- El Monitoreo periódico: responderá las preguntas sobre qué está haciendo el programa (desde los compromisos contractuales hasta los resultados) y cuánto está progresando la implementación.
- La Evaluación (anual): analizará los efectos de la Acción respondiendo en qué medida y por qué el programa produce (o no produce) los resultados e impactos específicos que se han realizado, sean negativos o positivos, y si se han cumplido los indicadores marcados por cada actividad.

En este sentido, se desarrollará un marco de evaluación que dará como resultado la calificación del equipo de evaluación del desempeño del programa. Durante la implementación, las evaluaciones (Año N + 1 y Año N + 2) tendrán como objetivo extraer aprendizajes. La evaluación final (Año N + 3) se centrará en evaluar los impactos logrados en términos de sensibilización, identificar y juzgar impactos inesperados y evaluar la sostenibilidad de los beneficios del Proyecto. Esta evaluación final se hará a la finalización del programa.

El **organismo de evaluación** deberá garantizar que se van a mantener reuniones entre ellos y el Consejo Regulador de la Denominación de Jamón y Paleta de Teruel, y recopilar las evidencias de que éstas se han realizado a través de los documentos acreditativos pertinentes: partes de asistencias con fecha, captura de pantalla si las reuniones son vía telemática, transcripción de las mismas y grabación del vídeo.

El detalle completo del plan de trabajo del programa estará a disposición de los licitadores que lo soliciten, pudiendo omitirse aquella información que tenga carácter confidencial o que no sea objeto de la presente licitación, de conformidad con las Directrices del MAPA.

2.3 Objeto de medición

El organismo de evaluación deberá medir si los objetivos/indicadores de impactos marcados en programa se han cumplido:

2.3.1 Específico del TOPIC

Aumentar el conocimiento y el reconocimiento de los sistemas de calidad de la Unión, en este caso, específicamente, la denominación de origen protegida (DOP).

Uno de los resultados esperados es aumentar los niveles de reconocimiento del logotipo (sello de calidad) asociado a los sistemas de calidad de la Unión por parte de los consumidores europeos y un mayor conocimiento de la información que los sistemas de calidad pretenden proporcionar.

El impacto final esperado es aumentar el conocimiento del sistema de calidad de la Unión y mejorar la competitividad y el consumo de los productos registrados bajo el sistema de calidad de la Unión, elevar su valoración y aumentar su cuota de mercado.

2.3.2 DOP Jamón de Teruel:

- Mejorar la valoración y el reconocimiento de Jamón de Teruel gracias al sello de calidad.
- Que la DOP Jamón de Teruel sean reconocidos por el consumidor español.
- Incrementar, en última instancia el interés, la demanda y consumo de este <producto en el mercado español.

2.4 Técnicas de investigación

Se requiere que el organismo de evaluación explique las técnicas de investigación que se empleará para la medición de los indicadores de impacto, y justifique los motivos de dicha selección.

Se valorará explicación detallada sobre cómo se abordará los siguientes temas:

Estudio de evaluación de resultados para medir el logro de los objetivos de la acción y la eficacia de la campaña. Con la realización de investigación cuantitativa de entrevista online CAWI dividida en dos bloques:

1. Bloque de análisis de los hábitos
2. Bloque de medición Post-Test de la campaña

La muestra a entrevistar será una extracción aleatoria del universo: responsables de compra del hogar de 35 a 70 años, ajustando su perfil al de la población mediante la fijación de cuotas proporcionales por variables de género, edad y áreas geográficas para asegurar su representatividad.

El cuestionario constará de preguntas cerradas, abiertas y su duración máxima será de 10 minutos para la medición Pre-Test y de 15 minutos para las mediciones Post-Test.

La medición de los resultados de las acciones se divide en 4 mediciones de 700 encuestas cada una. Una medición Pre-Test antes del inicio de las acciones del año 1 y 3 mediciones Post-Test al final de las acciones de cada uno de los 3 años.

La muestra objetivo de 700 encuestas por medición supone operar con un error estadístico global de $\pm 3,7\%$ considerado dentro de un intervalo de confianza del 95,5%, siendo $p=q=50\%$.

Para evaluar el cumplimiento del objetivo de incrementar el grado de conocimiento de los sellos de calidad D.O.P por parte del consumidor europeo, así como el de aumentar el conocimiento sobre las bondades de los productos D.O.P para conseguir aumentar la competitividad y el consumo de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P., la investigación abordará los siguientes objetivos específicos:

- Medir el conocimiento y reconocimiento del régimen de calidad Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea en general y de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P. en particular.
- Medir el impacto del Programa en la sensibilización del público objetivo hacia productos D.O.P, analizando el grado en el que las acciones mejoran la visualización, comprensión e interiorización de las bondades de estos productos agrícolas con D.O.P de la Unión Europea y de los elevados estándares de calidad que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.

3. PRESUPUESTO E INFORMES A ENTREGAR

El presupuesto total para la medición será de **41.500€ IVA no incluido** para los tres años. Los estudios elaborados al inicio y al fin del programa, junto a otros informes intermedios de las actividades, se aportarán a la Comisión Europea para determinar si el objetivo se ha cumplido. Dichos informes irán firmados electrónicamente. **El número mínimo de informes es cuatro en total.**

4. PROCESO DE SELECCIÓN (FASES) Y CRITERIOS DE SELECCIÓN

PRIMERA FASE – EXCLUSIÓN: se estudiará si las empresas presentadas cumplen con el artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. Para ello, se solicitará a los organismos de medición una declaración firmada que de fe del cumplimiento del artículo 71 de la Ley 9/2017. Asimismo, también se deberá aportar los certificados de estar al corriente de la Seguridad Social y Hacienda, descartándose del proceso de selección aquellas que no cumplan con dicho artículo y no presenten la documentación solicitada.

Criterios de exclusión. Las empresas de medición serán eliminadas del proceso de selección si están incurso en algunos de los criterios de exclusión del artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

SEGUNDA FASE – SELECCIÓN: se valorará la capacidad técnica y financiera de los organismos de evaluación sin asignarse puntuación al respecto. En esta fase se tendrán en cuenta:

- Estructura y personal asignado al proyecto. Capacidad técnica
- Capacidad financiera.
- Ausencia de conflicto de intereses.
- Experiencia previa evaluando campañas similares.

NOTA: Todos los organismos de evaluación que faciliten esta documentación pasan a la tercera y última fase.

TERCERA FASE – ADJUDICACIÓN: se valora el proyecto mediante un sistema de puntuaciones basado en los siguientes ítems:

- Validación Calidad General (**40 puntos**):
 - Pertinencia: Evaluación de los objetivos del programa, a través de la medición de los indicadores de resultados e impacto comprometidos. (**10 puntos**)
 - Calidad: Metodología de medición propuesta, análisis de los indicadores estudiados y su evolución, entregables. (**10 puntos**)

- Valor Añadido: Propuestas de retroalimentación para mejorar los resultados a lo largo de la empresa. **(10 puntos)**
- Experiencia profesional de las personas que se van a encargar de la medición del programa: Curriculum del personal destinado a la medición del programa. **(10 puntos)**

Se necesitará un mínimo de 5 puntos en cada punto anterior para valorar la relación calidad/presupuesto más económico.

- Relación calidad/ presupuesto más económico **(60 puntos)**.

P = puntuación máxima x (oferta mínima/oferta a valorar)

P: es la puntuación obtenida por cada una de las propuestas.

Puntuación máxima: 60.

Oferta min: es la oferta mínima recibida y que haya llegado a esta fase.

Oferta para valorar: es la oferta correspondiente al licitador que se valora.

Se establece un umbral del 20 % por debajo del presupuesto por debajo del cual no se considera que ofrezca garantías suficientes de buena ejecución.

La proposición económica se puntuará de acuerdo con un criterio de proporcionalidad exclusivamente respecto de la oferta más reducida, a la que se atribuye la puntuación máxima, calculando la ponderación de las demás con arreglo a la siguiente formula:

$P = \text{puntuación máxima} \times (\text{oferta mínima} / \text{oferta a valorar})$

P: es la puntuación obtenida por cada una de las propuestas.

Puntuación máxima: 60.

Oferta min: es la oferta mínima recibida y que haya llegado a esta fase.

Oferta para valorar: es la oferta correspondiente al licitador que se valora.

La oferta que supere el presupuesto máximo de licitación o al presupuesto mínimo indicado recibirá cero (0) puntos en la valoración del precio y quedará fuera del proceso.

En esta tercera fase se proporcionará al mismo tiempo a todos los organismos que hayan accedido a la tercera fase información del programa aprobado

Una vez completado el proceso, se solicitará al MAPA la aprobación de éste.

5. CALENDARIO Y CONDICIONES DE CONTRATACIÓN

La campaña se ejecutará durante el periodo de tres años. La fecha de inicio de la campaña puede variar, y por lo tanto, la de cierre. Las empresas interesadas en participar en el concurso deberán enviar la documentación relacionada con las fases 1 (exclusión) y 2 (selección), **antes del 26 de marzo de 2026**.

A partir del **30 de marzo de 2026** se comunicará a las empresas si se ha recibido toda la información requerida con las fases de exclusión/selección, y en caso afirmativo, pasarían a la fase 3.

Finalmente, el resto de documentación relativa a la fase 3 (adjudicación) se entregará al Consejo Regulador DOP Jamón de Teruel del **30 de marzo al 10 de abril de 2026**,

Las propuestas tendrán que remitirse en formato digital a las direcciones de correo electrónico **promocion@jamondeteruel.com y/o gerencia@jamondeteruel.com**.

Para consultas relacionadas con el concurso, la persona de contacto será **José Ricardo Pellicer Jordán**, teléfono **978 61 89 40 / 699 83 74 91**

Una vez recibida las propuestas, el Consejo Regulador DOP Jamón de Teruel se reserva el plazo de 1 semana para seleccionar a la empresa de medición ganadora. Dentro de este plazo, el Consejo Regulador Jamón de Teruel enviará un correo electrónico a las empresas participantes para informarles sobre el estado de su candidatura, además se publicará en la web del consejo regulador Jamón de Teruel y Ministerio de Agricultura, pesca y alimentación.

C. INFORMACIÓN SOBRE LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

6.1. Público objetivo

- Consumidores: El target de la campaña serán **responsables de la compra del hogar (RCH)** donde se consume jamón/paleta curado (92% hogares). En España esto corresponde con un target potencial de **13.308.460 individuos**. Como Core Target de la campaña, nos centraremos en dos segmentos, que vemos que son en los que más podemos crecer:

- RCH 35-44. Los caracterizamos como: la mayoría viven en pareja y muchos son padres (sus hijos son escolares y viven con ellos), son trabajadores activos, viven en grandes ciudades. **Sus medios de información más habituales son los medios online y la televisión.** Son consumidores moderados de jamón curado, pero no tienen presente la DOP Jamón de Teruel (solo 11,3% de notoriedad espontánea). La mayoría de ellos no conoce el sello DOP (61%) y muchos no conocen el Jamón de Teruel DOP (44% aprox). Son 3.256.330 individuos, que suponen un 6,7% de la población.
- RCH 45-54. Los caracterizamos como: Su hogar está formado mayoritariamente por pareja y sus hijos, adolescentes y jóvenes (INE). Sus medios para informarse más habituales son los medios online y la televisión. Consumen jamón curado con frecuencia de forma generalizada (78% al menos una vez por semana). Tienen algo más de conocimiento del Jamón de Teruel DOP, aunque sigue siendo bajo (16% de forma espontánea). 4.199.660 individuos, que suponen un 8,7% de la población.
- RCH 55-70. Los caracterizamos como: Viven en hogares con mayor ingreso per cápita, sus hijos empiezan a ser independientes autosuficientes, y esto devuelve la atención en las decisiones de compra hacia los propios intereses y gustos personales, con mayor indulgencia y presupuesto disponible. Son los que más jamón curado consumen (entre 2 y 2,8 kg por persona y año) y los que más gastan en él (en torno a un 30% más, de media, por cada kg), apuntando a productos de mayor calidad y valor percibido. Sus medios más habituales para informarse son la prensa escrita y la televisión. Son 5.852.500 individuos, que suponen el 12,1 de la población.

Además, dirigiremos parte de nuestros esfuerzos a comunicar nuestra campaña a:

- Influenciadores de opinión: periodistas, blogueros y líderes de opinión. Estos públicos son profesionales, con los cuales se trabajará con el objetivo de generar artículos, noticias e información de interés tanto en medios online como otf line, con carácter informativo y divulgativo. Nos permitirán amplificar el mensaje de la campaña.

6.2. Periodo

El plazo de ejecución de esta campaña será durante los años 2026, 2027 y 2028.

En cuanto a los meses del año en los que podría interesar hacer mayor presión, se valoran dos oleadas: una primera de mayo a junio, y otra en los últimos meses del año octubre y noviembre.

7. ANEXO, CONDICIONES DE CONTRATACIÓN

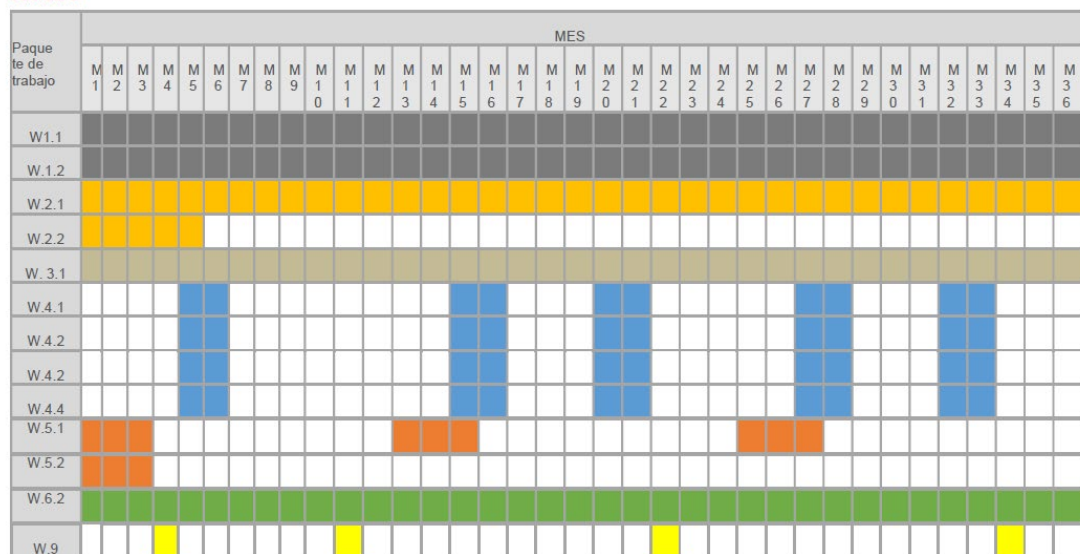
A continuación, se exponen una serie de condiciones de contratación que el organismo de evaluación que decida presentarse al concurso debe conocer, muchas de las cuales están impuestos por la normativa que regula el programa.

- La empresa que gane el concurso tendrá que someterse a la legislación española y europea. La normativa que regula el programa será vinculante y la empresa deberá aceptarla de forma expresa en el contrato.
- El contrato estará fijado en euros.
- Como requisito previo para proceder al pago, la ORGANISMO DE EVALUACIÓN tendrá que aportar junto a la factura todos los comprobantes y justificantes necesarios que acrediten la medición de las actividades incluidas en la factura y evidencias de las reuniones mantenidas.
- El ORGANISMO DE EVALUACIÓN se encargará de la elaboración de informes intermedios y la puesta en marcha de los correspondientes estudios (al inicio y al final de la campaña). Los informes deben ir sellados y firmados electrónicamente por petición del Fondo Español de Garantía Agraria.

Asimismo, toda propuesta que se presente debe cumplir los siguientes requisitos:

- Especificar el equipo asignado al programa.
- Definir la experiencia previa del equipo humano en medición de programas de promoción de productos agroalimentarios y, si procede, su experiencia en la ejecución de programas de promoción europeos.

Firmado por ***4681** RICARDO MOSTEO (R: ****1002*) el día 26/02/2026 con un certificado emitido por AC Representación





Promoción de productos agrícolas (AGRIP SIMPLE)

Modelo general de Convenio de subvención

(MAS AGRIP SIMPLE – Multi & Mono)

Versión 1.1
01.11.2024

Cláusula de exención de responsabilidad

El objeto del presente documento es asistir a los solicitantes. En él se muestra, exclusivamente a título informativo, toda la gama de disposiciones que pueden aplicarse a este tipo de acuerdo. Solo será jurídicamente vinculante el acuerdo que firmen las Partes.



INFORME DE FIRMA, no sustituye al documento original | C.S.V. : GEN-42db-0dff-6f63-e82a-2d55-4402-60d8-e6e7 | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección: <https://run.gob.es/hsbIF8yLcR>

HISTORIAL DE CAMBIOS		
Versión	Fecha de publicación	Cambios
PROYECTO 1.0	28.1.2021	▪ Versión inicial (AGRIP MULTI y MONO).
1.0	1.6.2021	▪ Versión inicial.
1.1	1.1.2022	▪ Cambios en el anexo 5: ▪ actualización de las referencias al marco jurídico relativo a las marcas [Reglamento (UE) 2017/1001 y Directiva 2015/2436] ▪ referencia a las directrices dietéticas nacionales basadas en los alimentos
1.1	1.11.2024	▪ Actualización del Reglamento Financiero (2024/2509). ▪ Actualización de la cláusula 10.3 (Participantes evaluados por pilares). ▪ Actualización de la cláusula 21.1 (Información continua).



Aviso en lo que atañe a los términos empleados

Términos empleados en el presente Convenio:	Términos correspondientes en los actos legislativos:
Acción	Programa
Convenio (de subvención)	Contrato
Beneficiario	Organización proponente
Subvención	Contribución financiera de la Unión
Nota de adeudo	Orden de cobro
Informe periódico	Informe intermedio
Garantía de prefinanciación	Fianza
(Pago) de prefinanciación	(Pago) anticipado
Subcontratista	Subcontratista, incluido el organismo de ejecución



Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Secretaría General de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria.

CONVENIO DE SUBVENCIÓN

Proyecto 101251216 — DOP-JdT-2025

PREÁMBULO

El presente **Convenio** («el Convenio») se celebra **entre** las Partes siguientes:

de una parte,

La Secretaría General de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), situada en el Paseo Infanta Isabel, que actúa en nombre y por cuenta de España (en lo sucesivo, «la autoridad otorgante»), representada a efectos de la firma del presente Convenio por Dña. Ana Rodríguez Castaño, Secretaria General de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria.

y

de otra parte,

1. «el coordinador»:

CR DOP JAMÓN Y PALETA DE TERUEL. IGP CERDO DE TERUEL, establecido en la Avenida Europa, local 2 y 3, 44002 Teruel, con NIF: Q4421002I, representado a efectos de la firma del presente Convenio por D. Ricardo Mosteo Langa, Presidente Gerente.

Salvo indicación contraria, las referencias al «beneficiario» o a los «beneficiarios» incluyen al coordinador y a las entidades afiliadas (si procede).

Si solo un beneficiario firma el Convenio de subvención («Convenio de subvención con un beneficiario único»), todas las disposiciones relativas al «coordinador» o a los «beneficiarios» se considerarán, *mutatis mutandis*, relativas al beneficiario.

Visto el Reglamento (UE) n.º 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, sobre acciones de información y de promoción relativas a productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países, y por el que se deroga el Reglamento (CE) n.º 3/2008 del Consejo¹,

Visto el Reglamento Delegado (UE) 2015/1829 de la Comisión, de 23 de abril de 2015, que completa el Reglamento (UE) n.º 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre acciones de información y de promoción relativas a productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países²,

¹ DO L 317 de 4.11.2014, p. 56.

² DO L 266 de 13.10.2015, p. 3.



Visto el Reglamento de Ejecución (UE) 2015/1831 de la Comisión, de 7 de octubre de 2015, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) n.º 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre acciones de información y de promoción relativas a productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países³,

Las Partes mencionadas anteriormente han convenido en celebrar el Convenio.

Al firmar el Convenio y el formulario de adhesión, los beneficiarios aceptan la subvención y acuerdan ejecutar la acción bajo su propia responsabilidad y de conformidad con el Convenio, con todas las obligaciones y condiciones que comporta.

El Convenio consta de:

Preámbulo

Condiciones (incluida la ficha técnica)

Anexo 1 Descripción de la acción

Anexo 2 Presupuesto estimado de la acción

Anexo 2 *bis* Información adicional sobre costes unitarios y contribuciones (si procede)

Anexo 3 Formularios de adhesión⁴

Anexo 4 Modelo de estado financiero

Anexo 5 Normas específicas

Anexo 6 Modelo de certificado de los estados financieros (CEF) 5

Anexo 7 Modelo de informes técnicos periódicos

Anexo 8 Modelo de informe técnico final

³ DO L 266 de 13.10.2015, p. 14.

⁴ Plantilla publicada en el [Portal de documentos de referencia](https://run.gob.es/hsbIF8yLcR).

⁵ Plantilla publicada en el [Portal de documentos de referencia](https://run.gob.es/hsbIF8yLcR).



CONDICIONES

ÍNDICE

CONVENIO DE SUBVENCIÓN..... 4

PREÁMBULO..... 4

CONDICIONES 6

FICHA TÉCNICA 10

CAPÍTULO 1 DISPOSICIONES GENERALES 15

CLÁUSULA 1 - OBJETO DEL CONVENIO 15

CLÁUSULA 2 - DEFINICIONES 15

CAPÍTULO 2 ACCIÓN 16

CLÁUSULA 3 - ACCIÓN 16

CLÁUSULA 4 - DURACIÓN Y FECHA DE COMIENZO 17

CAPÍTULO 3 SUBVENCIÓN 17

CLÁUSULA 5 - SUBVENCIÓN 17

5.1 Forma de la subvención 17

5.2 Importe máximo de la subvención 17

5.3 Porcentajes de financiación..... 17

5.4 Presupuesto estimado, categorías presupuestarias y formas de financiación 17

5.5 Flexibilidad presupuestaria 17

CLÁUSULA 6 - COSTES Y CONTRIBUCIONES SUBVENCIONABLES Y NO SUBVENCIONABLES 18

6.1 Condiciones generales de subvencionabilidad 18

6.2 Condiciones específicas de elegibilidad para cada categoría presupuestaria 20

6.3 Costes y contribuciones no subvencionables 24

6.4 Consecuencias del incumplimiento..... 25

CAPÍTULO 4 EJECUCIÓN DE LA SUBVENCIÓN..... 25

SECCIÓN 1 CONSORCIO: BENEFICIARIOS, ENTIDADES AFILIADAS Y OTROS PARTICIPANTES 25

CLÁUSULA 7 - BENEFICIARIOS..... 25

CLÁUSULA 8 - ENTIDADES AFILIADAS 27

CLÁUSULA 9 - OTROS PARTICIPANTES IMPLICADOS EN LA ACCIÓN 27

9.1 Miembros asociados 27

9.2 Terceros que aportan contribuciones en especie a la acción 27

9.3 Subcontratistas 28

9.4 Destinatarios de la ayuda financiera a terceros 28

CLÁUSULA 10 - PARTICIPANTES CON UN ESTATUTO ESPECIAL 28

SECCIÓN 2 NORMAS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN 28

CLÁUSULA 11 - CORRECTA EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN 28

11.1 Obligación de ejecutar correctamente la acción..... 28

11.2 Consecuencias del incumplimiento..... 29

CLÁUSULA 12 - CONFLICTO DE INTERESES 29

12.1 Conflicto de intereses..... 29

12.2 Consecuencias del incumplimiento..... 29

CLÁUSULA 13 - CONFIDENCIALIDAD Y SEGURIDAD 29

13.1 Información sensible 29



13.2	Información clasificada.....	30
13.3	Consecuencias del incumplimiento.....	30
CLÁUSULA 14 - ÉTICA Y VALORES.....		31
14.1	Ética	31
14.2	Valores.....	31
14.3	Consecuencias del incumplimiento.....	31
CLÁUSULA 15 - PROTECCIÓN DE DATOS		31
15.1	Tratamiento de datos por parte de la autoridad otorgante	31
15.2	Tratamiento de datos por los beneficiarios	31
15.3	Consecuencias del incumplimiento.....	32
CLÁUSULA 16 - DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL (DPI), CONOCIMIENTOS PREVIOS Y RESULTADOS, DERECHOS DE ACCESO Y DERECHOS DE USO		32
16.1	Conocimientos previos y derechos de acceso a ellos.....	32
16.2	Propiedad de los resultados.....	32
16.3	Derechos de uso de la autoridad otorgante y de la Comisión Europea en relación con los materiales, documentos e información recibidos con fines de políticas, información, comunicación, difusión y publicidad.....	33
16.4	Normas específicas sobre DPI, resultados y antecedentes	34
16.5	Consecuencias del incumplimiento.....	34
CLÁUSULA 17 - COMUNICACIÓN, DIFUSIÓN Y VISIBILIDAD.....		34
17.1	Comunicación, difusión y promoción de la acción	34
17.2	Visibilidad — Bandera europea y declaración sobre la financiación	34
17.3	Calidad de la información y cláusula de exención de responsabilidad	35
17.4	Normas en materia de comunicación, difusión y visibilidad	35
17.5	Consecuencias del incumplimiento.....	35
CLÁUSULA 18 - NORMAS ESPECÍFICAS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN.....		36
18.1	Normas específicas para la ejecución de la acción	36
18.2	Consecuencias del incumplimiento.....	36
SECCIÓN 3 ADMINISTRACIÓN DE LA SUBVENCIÓN.....		36
CLÁUSULA 19 - INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS OBLIGACIONES		36
19.1	Solicitudes de información	36
19.2	Actualización de los datos del Registro de participantes	36
19.3	Información sobre sucesos o circunstancias que repercutan en la acción	36
19.4	Consecuencias del incumplimiento.....	37
CLÁUSULA 20 - CONSERVACIÓN DE DOCUMENTOS.....		37
20.1	Conservación de registros y documentos justificativos	37
20.2	Consecuencias del incumplimiento.....	38
CLÁUSULA 21 - INFORMES		38
21.1	Información continua.....	38
21.2	Informes	38
21.3	Moneda de los estados financieros y conversión a euros.....	40
21.4	Lengua del informe.....	41
21.5	Consecuencias del incumplimiento.....	41
CLÁUSULA 22 - PAGOS Y RECUPERACIONES, Y CÁLCULO DE LOS IMPORTES ADEUDADOS		41
22.1	Pagos y modalidades de pago	41
22.2	Recuperaciones	41



22.3	Importes adeudados	42
22.4	Ejecución forzosa.....	47
22.5	Consecuencias del incumplimiento.....	47
CLÁUSULA 23 - GARANTÍAS.....		48
23.1	Garantías de prefinanciación.....	48
23.2	Consecuencias del incumplimiento.....	48
CLÁUSULA 24 - CERTIFICADOS.....		49
24.1	Informe de verificación operativa (IVO)	49
24.2	Certificado de los estados financieros (CEF).....	49
24.3	Certificado de conformidad de las prácticas habituales de contabilidad de costes (CoMUC).....	49
24.4	Auditoría de sistemas y procesos (ASP)	49
24.5	Consecuencias del incumplimiento.....	50
CLÁUSULA 25 - CONTROLES, REVISIONES, AUDITORÍAS E INVESTIGACIONES - EXTENSIÓN DE LAS CONCLUSIONES		50
25.1	Controles, revisiones y auditorías de la autoridad otorgante.....	50
25.2	Controles, revisiones y auditorías de la Comisión Europea relativas a las subvenciones de otras autoridades otorgantes.....	51
25.3	Acceso a los registros para evaluar las formas simplificadas de financiación	52
25.4	Auditorías e investigaciones de la OLAF, la Fiscalía Europea y el TCE.....	52
25.5	Consecuencias de los controles, revisiones, auditorías e investigaciones. Ampliación de las constataciones	52
25.6	Consecuencias del incumplimiento.....	53
CLÁUSULA 26 - EVALUACIONES DE IMPACTO.....		53
CAPÍTULO 5 CONSECUENCIAS DEL INCUMPLIMIENTO		53
SECCIÓN 1 DESESTIMACIÓN Y REDUCCIÓN DE SUBVENCIONES.....		53
CLÁUSULA 27 - DESESTIMACIÓN DE COSTES Y CONTRIBUCIONES		53
27.1	Condiciones	53
27.2	Procedimiento	53
27.3	Efectos	53
CLÁUSULA 28 - REDUCCIÓN DE LA SUBVENCIÓN		54
28.1	Condiciones	54
28.2	Procedimiento	54
28.3	Efectos	54
SECCIÓN 2 SUSPENSIÓN Y RESOLUCIÓN		54
CLÁUSULA 29 -SUSPENSIÓN DEL PLAZO DE PAGO.....		54
29.1	Condiciones	54
29.2	Procedimiento	55
CLÁUSULA 30 - SUSPENSIÓN DE LOS PAGOS.....		55
30.1	Condiciones	55
30.2	Procedimiento	56
CLÁUSULA 31 - SUSPENSIÓN DEL CONVENIO DE SUBVENCIÓN		56
31.1	Suspensión del Convenio de subvención solicitada por los beneficiarios	56
31.2	Suspensión del Convenio de subvención a instancias de la autoridad otorgante ...	57
CLÁUSULA 32 - RESOLUCIÓN DEL CONVENIO DE SUBVENCIÓN O DE LA PARTICIPACIÓN DEL BENEFICIARIO.....		58
32.1	Resolución del Convenio de subvención solicitada por los beneficiarios.....	58
32.2	Resolución de la participación de un beneficiario solicitada por el consorcio	59



32.3 Resolución del Convenio de subvención o de la participación de un beneficiario a instancias de la autoridad otorgante 61

SECCIÓN 3 OTRAS CONSECUENCIAS: DAÑOS Y PERJUICIOS Y SANCIONES ADMINISTRATIVAS 64

CLÁUSULA 33 - DAÑOS Y PERJUICIOS 64

33.1 Responsabilidad de la autoridad otorgante 64

33.2 Responsabilidad de los beneficiarios 64

CLÁUSULA 34 - SANCIONES ADMINISTRATIVAS Y OTRAS MEDIDAS..... 65

SECCIÓN 4 FUERZA MAYOR..... 65

CLÁUSULA 35 - FUERZA MAYOR 65

CAPÍTULO 6 DISPOSICIONES FINALES 66

CLÁUSULA 36 - COMUNICACIÓN ENTRE LAS PARTES 66

36.1 Formas y medios de comunicación 66

36.2 Fecha de las comunicaciones 66

36.3 Direcciones para las comunicaciones 66

CLÁUSULA 37 - INTERPRETACIÓN DEL CONVENIO 67

CLÁUSULA 38 - CÁLCULO DE LOS PERÍODOS Y PLAZOS..... 67

CLÁUSULA 39 - MODIFICACIONES..... 67

39.1 Condiciones 67

39.2 Procedimiento 67

CLÁUSULA 40 - ADHESIÓN E INCORPORACIÓN DE NUEVOS BENEFICIARIOS 68

40.1 Adhesión de los beneficiarios mencionados en el Preámbulo 68

40.2 Incorporación de nuevos beneficiarios 68

CLÁUSULA 41 - TRANSFERENCIA DEL CONVENIO..... 68

CLÁUSULA 42 - CESIÓN A TERCEROS DE LAS SOLICITUDES DE PAGO A LA AUTORIDAD OTORGANTE 68

CLÁUSULA 43 - LEGISLACIÓN APLICABLE Y RESOLUCIÓN DE LITIGIOS 69

43.1 Legislación aplicable 69

43.2 Resolución de litigios..... 69

CLÁUSULA 44 - ENTRADA EN VIGOR..... 69



FICHA TÉCNICA

1. Datos generales

Resumen del proyecto:

Resumen del proyecto

Los sistemas de calidad de la UE son una herramienta clave para proteger la singularidad y potenciar la competitividad de los alimentos excepcionales producidos en la UE. Contribuyen a promover la resiliencia y la sostenibilidad social, económica y ambiental, no solo para los productores, sino también para las zonas rurales donde se elaboran estos productos. Las DOP y las IGP desempeñan un papel crucial en la estabilización de las poblaciones rurales y en la creación de oportunidades económicas.

Teruel es la segunda provincia menos poblada de España, con una densidad de población de tan solo 9 habitantes por km². Las condiciones climáticas extremas y la falta de oportunidades han provocado un descenso del 27 % de la población joven (de 18 a 40 años) en los últimos 15 años. Es en este contexto tan complejo donde se produce el primer jamón con DOP de España: el Jamón y Paletilla de Teruel DOP. Esta DOP es la mayor empresa colectiva de toda la provincia y emplea, directa o indirectamente, a casi el 3 % de la población activa de Teruel.

Sin embargo, la denominación de origen protegida (DOP) de la UE es la menos conocida en España: solo el 14 % de los españoles la conocen. Esto amenaza seriamente la competitividad de estos alimentos europeos únicos, producidos bajo los altos estándares de calidad de la UE, y pone en riesgo el sustento de sus productores y de las regiones rurales donde se elaboran.

En respuesta, el Consejo Regulador de la DOP Jamón y Paletilla de Teruel se compromete, a través de este programa, a aumentar el conocimiento y el reconocimiento en España de las etiquetas de calidad de la UE en general, y de la DOP Jamón y Paletilla de Teruel en particular. El objetivo es ayudar a los consumidores a comprender el valor de los productos agrícolas que ostentan las etiquetas de calidad de la UE, y específicamente el valor del DOP Jamón y Paletilla de Teruel.

Para lograrlo, se han planificado acciones de promoción, educación y divulgación durante la campaña de tres años, dirigidas a los responsables de la toma de decisiones en los hogares españoles a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales, con un presupuesto total de 2.979.293,54 € y un retorno de la inversión (ROI) esperado de 8,16 € por cada euro invertido.

Palabras clave: Sello de calidad, Denominación de Origen Protegida, tradición, consumidores, sostenibilidad, Teruel, concienciación, despoblación, jamón selecto

Número del proyecto: 101251216

Nombre del proyecto: DOP JAMON DE TERUEL. MARCADO A FRIO CON SELLO EUROPEO DE CALIDAD

Acronimo del proyecto: DOP-JdT-2025

Convocatoria: AGRIP-SIMPLE-2025

Tema: AGRIP-SIMPLE-2025-IM-CHARACTERISTICS

Tipo de acción: Subvenciones AGRIP SIMPLE

Autoridad otorgante: Secretaría General de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Subvención gestionada a través del Portal de financiación y licitaciones de la UE: No

Fecha de inicio del proyecto⁶: primer día del mes siguiente a la fecha de entrada en vigor

Fecha de finalización del proyecto: 31/01/2029

Duración del proyecto: 36 MESES

Acuerdo de consorcio: No

⁶ La fecha de inicio de la ejecución de la acción será el primer día del mes siguiente a la fecha de entrada en vigor del Convenio. La fecha de inicio de ejecución de la acción no podrá ser posterior a seis meses a partir de la fecha de entrada en vigor del Convenio si en la descripción de la acción que figura en el anexo 1 así se dispone y justifica, por ejemplo, para tener en cuenta la estacionalidad del producto afectado por el programa o la participación en un evento o una feria específicos [artículo 10, apartado 4, del Reglamento de Ejecución (UE) 2015/1831 de la Comisión].



2. Participantes

Lista de participantes:

Número	Cometido	Nombre abreviado	Nombre legal	País	Total de los costes subvencionables (BEN y EA)	Importe máximo de la subvención	Fecha de entrada	Fecha de salida
1	COO	DOP JAMÓN TERUEL	CR DOP JAMÓN Y PALETA DE TERUEL. IGP CERDO DE TERUEL	España	2.979.293,92€	2 085 505,74€	01/02/26	31/01/29
Total					2.979.293,92€	2.085.505,74€		

Coordinador:

- CR DOP JAMÓN Y PALETA DE TERUEL. IGP CERDO DE TERUEL: del 01/02/2026 al 31/01/2029.

3. Subvención

Importe máximo de la subvención, total de los costes y contribuciones subvencionables estimados y porcentaje de financiación:

Total de los costes subvencionables (BEN)	Porcentajes de financiación (%)	Importe máximo de la subvención (anexo 2)	Importe máximo de la subvención (decisión de adjudicación)
2.979.293,92€	70	2.085.505,74€	2.085.505,74€

Forma de subvención: basada en el presupuesto

Modalidad de subvención: subvención de acción

Categorías presupuestarias / tipos de actividad:

- A. Costes de personal
 - A.1 Trabajadores, A.2 Personas físicas con contrato directo, A.3 Personas destacadas
 - A.4 Propietarios de pymes y personas físicas beneficiarias
- B. Costes de subcontratación
- C. Costes de adquisición
 - C.1 Desplazamientos y dietas
 - C.2 Equipos
 - C.3 Otros bienes, obras y servicios
- D. Otras categorías de costes
 - D.1 Ayuda financiera a terceros
- E. Costes indirectos

Opciones de subvencionabilidad de los costes:

- Pagos complementarios estándar



- Desplazamientos y dietas:
 - Desplazamientos: Costes reales
 - Alojamiento: Costes reales
 - Dietas: Costes reales
- Equipo: únicamente la amortización
- [costes de la ayuda financiera a terceros países(coste real; importe máximo para cada beneficiario: 60 000 /EUR/[...])⁷)
- Costes indirectos a tanto alzado: 4 % de los costes de personal subvencionables (categoría A, excepto costes de voluntariado, en su caso)
- IVA: Sí
- Otros gastos no subvencionables

Flexibilidad presupuestaria: Sí (sin límite de flexibilidad)

4. Informes, pagos y recuperaciones

4.1. Información continua (cláusula 21)

Entregables: No

4.2 Informes y pagos periódicos

Calendario de notificación y pagos (cláusulas 21 y 22):

Notificación					Pagos	
Periodos de notificación*			Tipo	Plazo	Tipo	Plazo (tiempo para pagar)
Periodo de notificación número	Mes desde	Mes hasta				
					Prefinanciación	30 días, desde 10 días antes de la fecha de comienzo de la acción o desde la recepción de la garantía de prefinanciación, si esta fecha es posterior
1	1	12	Informe periódico	60 días a partir del final del periodo de notificación	Pago intermedio	60 días desde la recepción del informe periódico
2	13	24	Informe periódico	60 días a partir del final del periodo de notificación	Pago intermedio	60 días desde la recepción del informe periódico
3	25	36	Informe periódico y final y estudio de evaluación	90 días a partir del final del periodo de notificación	Pago final	60 días desde la recepción del informe periódico y final y del estudio de evaluación

* De 12 meses de duración cada uno.

⁷ El importe aplicable a la convocatoria debe especificarse en las condiciones de la misma. No podrá ser superior a 60 000 EUR, salvo si fuese imposible o excesivamente difícil alcanzar el objetivo de las acciones financiadas por la convocatoria o en el caso de la ayuda humanitaria, las operaciones de asistencia urgente, las operaciones de protección civil o la ayuda para la gestión de crisis [artículo 207 del Reglamento (UE) 2024/2509 (Reglamento Financiero)]. Excepcionalmente, podrá acordarse con la autoridad otorgante la concesión de un importe superior, si así se anuncia en la convocatoria y resulta necesario por las razones anteriores.



Pagos de prefinanciación y garantías sobre la prefinanciación:

Pagos de prefinanciación		Garantías sobre la prefinanciación		
Tipo	Importe*	Importe de la garantía**	División por participante	
Prefinanciación	417.101,14€	417.101,14€	DOP Jamón de Teruel	No procede

* El importe de la prefinanciación no podrá ser superior al 20 % del importe máximo de la subvención.
** El importe de la garantía prefinanciera debe ser igual al importe del pago de prefinanciación.

Informes y modalidades de pago (cláusulas 21 y 22):

Mecanismo de Seguro Mutuo: No

Restricciones a la distribución de la prefinanciación inicial: La prefinanciación únicamente podrá distribuirse si el número mínimo de beneficiarios establecido en las condiciones de la convocatoria (en su caso) se ha adherido al Convenio y solo a los beneficiarios que se hayan adherido.

Límite máximo del pago intermedio: 90 % del importe máximo de la subvención

Regla de la ausencia de ánimo de lucro: Sí

Intereses de demora: BCE + 3,5 %

Cuentas bancarias para los pagos: **ES72 3080 0041 7725 1347 6529**

Conversión en euros: Doble conversión

Lengua del informe: lengua del Convenio

4.3 Certificados (cláusula 24)

Certificados de los estados financieros (CEF)

Condiciones:

Calendario: pago intermedio/final, si se alcanzan los umbrales

Umbral normal (nivel del beneficiario):

- estado financiero: contribución de la UE a los costes reales del programa $\geq 750\,000$ EUR y contribución solicitada a la UE para los costes reales $\geq 325\,000$ EUR

4.4. Recuperaciones (cláusula 22)

Responsabilidad de primera línea para las recuperaciones:

Resolución de la participación del beneficiario: Beneficiario afectado

Pago final: Coordinador

Después del pago final: Beneficiario afectado

Responsabilidad solidaria para la ejecución forzosa de la recuperación (en caso de impago):

Responsabilidad financiera individual: Cada beneficiario es responsable únicamente de sus propias deudas (y de las de sus entidades afiliadas, en su caso).

5. Consecuencias del incumplimiento, legislación aplicable y foro de resolución de litigios

Legislación aplicable (cláusula 43):

régimen jurídico general aplicable: Derecho de la UE y Derecho nacional del Estado miembro de la autoridad otorgante

Foro de resolución de litigios (cláusula 43):

Foro general de resolución de litigios: órganos jurisdiccionales nacionales competentes del Estado miembro de la autoridad otorgante



6. Otros

Normas específicas (anexo 5): Sí

- Derechos de propiedad intelectual, resultados y conocimientos previos, derechos de acceso y derechos de uso
 - Lista de antecedentes
 - Derechos de uso de los resultados con fines de comunicación y difusión
- Comunicación, difusión y visibilidad
 - Actividades complementarias de comunicación y difusión
 - Logotipos especiales
- Normas específicas para la ejecución de la acción
 - Normas específicas para las campañas de información y promoción
 - Normas específicas para la ayuda financiera a terceros

Plazos normales una vez finalizado el proyecto:

Confidencialidad (durante X años después del pago final): 5

Conservación de documentos (durante X años después del pago final): 5 (o 3 en caso de subvenciones de un máximo de 60 000 EUR)

Revisiones (hasta X años después del pago final): 5 (o 3 en caso de subvenciones de un máximo de 60 000 EUR)

Auditorías (hasta X años después del pago final): 5 (o 3 en caso de subvenciones de un máximo de 60 000 EUR)



CAPÍTULO 1 DISPOSICIONES GENERALES

CLÁUSULA 1 - OBJETO DEL CONVENIO

El presente Convenio establece los derechos, obligaciones y condiciones aplicables a la subvención concedida para la ejecución de la acción que figura en el capítulo 2.

CLÁUSULA 2 - DEFINICIONES

A los efectos del presente Convenio, se entenderá por:

Acción: el proyecto que se financia en el marco del presente Convenio.

Subvención: la subvención concedida en el marco del presente Convenio.

Subvenciones de la UE: las subvenciones concedidas por instituciones, órganos y organismos de la UE (incluidas las agencias ejecutivas y reguladoras de la UE, la Agencia Europea de Defensa o AED, las empresas conjuntas, etc.).

Participantes: las entidades que participan en la acción como beneficiarios, entidades afiliadas, miembros asociados, terceros que aportan contribuciones en especie, subcontratistas o destinatarios de ayuda financiera a terceros.

Beneficiarios (BEN): los signatarios del presente Convenio (ya sea directamente o mediante un formulario de adhesión).

«entidades afiliadas (EA)»: las entidades afiliadas a un beneficiario en el sentido del artículo 190 del Reglamento Financiero de la UE 2024/2509⁸ que participan en las acciones con derechos y obligaciones similares a los de los beneficiarios (la obligación de realizar las tareas relacionadas con la acción y el derecho a cobrar gastos y reclamar contribuciones).

Miembros asociados (MA): las entidades que participan en la acción, pero sin derecho a cobrar gastos o reclamar contribuciones.

Compras: contratos de bienes, obras o servicios necesarios para llevar a cabo la acción (por ejemplo, equipos, consumibles y suministros) pero que no forman parte de las tareas de la acción (véase el anexo 1).

Subcontratación: contratos de bienes, obras o servicios que forman parte de las tareas de la acción (véase el anexo 1).

⁸ Para la definición, véase el artículo 190 del Reglamento (UE, Euratom) 2024/2509 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de septiembre de 2024, sobre las normas financieras aplicables al presupuesto general de la Unión (versión refundida) (Reglamento financiero de la UE) (DO L, 2024/2509, 26.9.2024): «**entidades afiliadas** [son]:

- las entidades que conformen el beneficiario único [(es decir, cuando una entidad esté formada por varias entidades que cumplan los criterios para la adjudicación de la subvención, también si la entidad se ha creado específicamente para ejecutar la acción financiada por la subvención)];
- las entidades que cumplan los criterios de subvencionabilidad y que no se encuentren incurso en ninguna de las situaciones contempladas en el artículo 138, apartado 1, ni en el artículo 143, apartado 1, y que tengan un vínculo con la entidad beneficiaria, en particular un vínculo jurídico o de capital, que no esté limitado a la acción ni se haya creado exclusivamente para su ejecución.



- «contribuciones en especie»: contribuciones en especie en el sentido del artículo 2, punto 38, del Reglamento Financiero de la UE [Reglamento (UE, Euratom) 2024/2509], es decir, recursos no financieros puestos a disposición de forma gratuita por parte de terceros.
- Fraude: fraude en el sentido del artículo 3 de la Directiva (UE) 2017/1371⁹ y el artículo 1 del Convenio relativo a la protección de los intereses financieros de las Comunidades Europeas, elaborado por el Acto del Consejo de 26 de julio de 1995¹⁰, así como cualquier otro engaño ilícito o con fines delictivos que comporte un beneficio económico o personal;
- Irregularidades: todo tipo de incumplimiento (reglamentario o contractual) que pueda afectar a los intereses financieros de la UE, incluidas las irregularidades en el sentido del artículo 1, apartado 2, del Reglamento (CE, Euratom) n.º 2988/95 del Consejo¹¹;
- «falta de ética profesional grave»: cualquier tipo de comportamiento inaceptable o inadecuado en el ejercicio de la profesión, especialmente por parte de los empleados, incluida las faltas profesionales graves en el sentido del artículo 138, apartado 1, letra c), del Reglamento Financiero de la UE [Reglamento (UE, Euratom) 2024/2509¹²].
- Legislación nacional, internacional y de la UE aplicable: cualquier acto jurídico u otras normas y orientaciones (vinculantes o no vinculantes) en el ámbito en cuestión.
- Portal: Portal de financiación y licitaciones de la UE; portal electrónico y sistema de intercambio de información gestionado por la Comisión Europea y utilizado por ella y otras instituciones, órganos y organismos de la UE para la gestión de sus programas de financiación (subvenciones, licitaciones, premios, etc.).

CAPÍTULO 2 ACCIÓN

CLÁUSULA 3 - ACCIÓN

La subvención se otorga para la acción **101251216 — DOP-JdT-2025** (en lo sucesivo, «la acción»), tal como se describe en el anexo 1.

⁹ Directiva (UE) 2017/1371 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de julio de 2017, sobre la lucha contra el fraude que afecta a los intereses financieros de la Unión a través del Derecho penal (DO L 198 de 28.7.2017, p. 29).

¹⁰ DO C 316 de 27.11.1995, p. 48.

¹¹ Reglamento (CE, Euratom) n.º 2988/95 del Consejo, de 18 de diciembre de 1995, relativo a la protección de los intereses financieros de las Comunidades Europeas (DO L 312 de 23.12.1995, p. 1).

¹² «falta de ética profesional» incluye, en particular, lo siguiente: violación de las normas deontológicas de la profesión; conducta ilícita que afecta a la credibilidad profesional; incumplimiento de normas deontológicas profesionales generalmente aceptadas; declaraciones falsas o tergiversación de la información; participación en un cartel u otro acuerdo que falsee la competencia; violación de los DPI; intentar influir en los procesos de toma de decisiones aprovechando, mediante la tergiversación, un conflicto de intereses, u obtener información confidencial de las autoridades públicas para obtener una ventaja; incitación a la discriminación, al odio o a la violencia o a actividades similares contrarias a los valores de la UE cuando afecte o amenace con afectar negativamente al cumplimiento de una obligación jurídica.



CLÁUSULA 4 - DURACIÓN Y FECHA DE COMIENZO

La duración y la fecha de comienzo de la acción figuran en la ficha técnica (véase el punto 1).

CAPÍTULO 3 SUBVENCIÓN

CLÁUSULA 5 - SUBVENCIÓN

5.1 Forma de la subvención

Se trata de una subvención de acción¹³ que adopta la forma de una subvención de coste real mixto basado en el presupuesto (es decir, una subvención basada en los costes reales contraídos, pero que también puede incluir otras formas de financiación, como costes o contribuciones unitarios, costes o contribuciones a tanto alzado, costes o contribuciones fijos únicos o financiación no vinculada a los costes).

5.2 Importe máximo de la subvención

El importe máximo de la subvención figura en la ficha técnica (véase el punto 3) y en el presupuesto estimado (anexo 2).

5.3 Porcentajes de financiación

El porcentaje de financiación de los costes asciende al **70%** de los costes subvencionables.

Las contribuciones no están sujetas a ningún porcentaje de financiación.

5.4 Presupuesto estimado, categorías presupuestarias y formas de financiación

El presupuesto estimado de la acción figura en el anexo 2.

Incluye los costes y contribuciones subvencionables estimados para la acción, desglosados por participante y categoría presupuestaria.

El anexo 2 también muestra los tipos de costes y contribuciones (formas de financiación)¹⁴ que deben utilizarse para cada categoría presupuestaria.

5.5 Flexibilidad presupuestaria

El desglose presupuestario podrá ajustarse, sin necesidad de modificación (véase la cláusula 39), mediante transferencias (entre participantes y categorías presupuestarias), siempre que ello no implique ningún cambio sustancial o importante de la descripción de la acción en el anexo 1.

Sin embargo:

¹³ Véase la definición en el artículo 183, apartado 2, letra a), del Reglamento Financiero de la UE [Reglamento (UE, Euratom) 2024/2509]: «**subvención de la acción**»: una subvención de la UE para financiar «una acción destinada a promover la realización de un objetivo de las políticas de la Unión.».

¹⁴ Véase el artículo 125 del Reglamento Financiero de la UE [Reglamento (UE, Euratom) 2024/2509].



- la incorporación de importes para subcontratos no previstos en el anexo 1 requiere una modificación o una aprobación simplificada de conformidad con lo dispuesto en la cláusula 6.2,
- otros cambios requieren una modificación o una aprobación simplificada, si así se contempla expresamente en la cláusula 6.2.

CLÁUSULA 6 - COSTES Y CONTRIBUCIONES SUBVENCIONABLES Y NO SUBVENCIONABLES

Para ser subvencionables, los costes y las contribuciones deberán cumplir las condiciones de **subvencionabilidad** establecidas en la presente cláusula.

6.1 Condiciones generales de subvencionabilidad

Las **condiciones generales de subvencionabilidad** son las siguientes:

- a) En el caso de los costes reales:
 - i) haber sido realmente contraídos por el beneficiario;
 - ii) haber sido contraídos en el período indicado en la cláusula 4 (con excepción de los costes relativos a la presentación del informe periódico final, del informe final y del estudio de evaluación de los resultados de las medidas llevadas a cabo, que puedan ser contraídos posteriormente; véase la cláusula 21);
 - iii) haber sido declarados en una de las categorías presupuestarias establecidas en la cláusula 6.2 y en el anexo 2;
 - iv) haber sido contraídos en relación con la acción, tal como se describe en el anexo 1, y ser necesarios para su ejecución;
 - v) ser identificables y verificables, y en particular estar consignados en la contabilidad del beneficiario de conformidad con las normas de contabilidad aplicables en el país en que está establecido el beneficiario y con las prácticas habituales de contabilidad de costes de este;
 - vi) cumplir lo establecido en la legislación nacional aplicable en materia de fiscalidad, trabajo y seguridad social; y
 - vii) ser razonables, estar justificados y cumplir el principio de buena gestión financiera, en especial en lo referente a la economía y la eficiencia.
- b) En el caso de los costes o contribuciones unitarios (en su caso):
 - i) haber sido declarados en una de las categorías presupuestarias establecidas en la cláusula 6.2 y en el anexo 2;
 - ii) las unidades deberán:
 - haber sido realmente utilizadas o producidas por el beneficiario en el período indicado en la cláusula 4 (con excepción de las unidades relativas a la presentación del informe periódico final, del informe final y del estudio de evaluación de los resultados de las medidas llevadas a cabo,



que puedan ser utilizadas o producidas posteriormente; véase la cláusula 21);

- ser necesarias para la ejecución de la acción, y
 - iii) el número de unidades tiene que ser identificable y verificable, y en particular estar avalado por los registros y la documentación (véase la cláusula 20).
- c) En el caso de los costes o contribuciones a tanto alzado (en su caso):
- i) haber sido declarados en una de las categorías presupuestarias establecidas en la cláusula 6.2 y en el anexo 2;
 - ii) los costes o contribuciones a los que se aplique el tanto alzado deberán:
 - ser subvencionables,
 - corresponder al período indicado en la cláusula 4 (con excepción de los costes o contribuciones relativos a la presentación del informe periódico final, del informe final y del estudio de evaluación de los resultados de las medidas llevadas a cabo, que puedan ser contraídos posteriormente; véase la cláusula 21);
- d) En el caso de los costes o contribuciones fijos únicos (en su caso):
- i) haber sido declarados en una de las categorías presupuestarias establecidas en la cláusula 6.2 y en el anexo 2;
 - ii) el trabajo debe haber sido ejecutado correctamente por el beneficiario de conformidad con el anexo 1;
 - iii) los entregables/resultados deben alcanzarse en el período indicado en la cláusula 4 (con excepción de los entregables/resultados relativos a la presentación del informe periódico final, del informe final y del estudio de evaluación de los resultados de las medidas llevadas a cabo, que puedan alcanzarse posteriormente; véase la cláusula 21);
- e) En el caso de los costes o contribuciones unitarios, a tanto alzado o fijos únicos con arreglo a las prácticas habituales de contabilidad de costes (en su caso):
- i) deben cumplir las condiciones generales de subvencionabilidad para el tipo de gasto de que se trate;
 - ii) las prácticas de contabilidad de costes deben aplicarse de forma coherente, sobre la base de criterios objetivos, con independencia de la fuente de financiación.
- f) En el caso de una financiación no vinculada a los costes (en su caso): deberán alcanzarse los resultados o cumplirse las condiciones descritas en el anexo 1.

Además, en el caso de las categorías de costes directos (por ejemplo, personal, desplazamientos y dietas, subcontratación y otros costes directos) solo son subvencionables los costes *directamente* relacionados con la ejecución de la acción y que, por tanto, puedan imputarse



directamente a ella. No deben incluir ningún coste *indirecto* (es decir, costes que solo están indirectamente vinculados a la acción, por ejemplo, a través de factores de coste).

6.2 Condiciones específicas de elegibilidad para cada categoría presupuestaria

Las **condiciones específicas de subvencionabilidad** para cada categoría presupuestaria son las siguientes:

Costes directos

A. Costes de personal

A.1 Los costes de los trabajadores (o equivalentes) serán subvencionables como costes de personal si cumplen las condiciones generales de subvencionabilidad y están relacionados con el personal que trabaja para el beneficiario en virtud de un contrato de trabajo (o acto jurídico equivalente) y está asignado a la acción.

Deberán limitarse a los salarios, las cotizaciones a la seguridad social, los impuestos y otros costes relacionados con la remuneración, si se derivan de la legislación nacional o del contrato de trabajo (o acto jurídico equivalente), y calcularse sobre la base de los costes realmente contraídos, con arreglo al método siguiente:

{tarifa diaria por persona

multiplicada por

número de equivalentes día trabajados en la acción (redondeado al alza o a la baja al medio día más próximo)}.

La tarifa diaria debe calcularse como sigue:

{costes anuales de personal correspondientes a la persona

divididos por

215}

El número de equivalentes día declarado para una persona deberá ser identificable y verificable (véase la cláusula 20).

El número total de equivalentes día declarado en las subvenciones de la UE para una persona durante un año no podrá ser superior a 215.

Los costes de personal también podrán incluir pagos suplementarios para el personal asignado a la acción (como pagos sobre la base de contratos complementarios independientemente de su naturaleza), si:

- forman parte de las prácticas habituales del beneficiario en materia de remuneración y se pagan de manera coherente cuando se trate del mismo tipo de trabajo o de conocimientos;
- los criterios utilizados para calcular los pagos suplementarios son objetivos y de aplicación general por el beneficiario, con independencia de la fuente de financiación utilizada.



A.2 y A.3 Los costes de las personas físicas que trabajan en virtud de un contrato directo distinto de un contrato de trabajo y los costes de las **personas destacadas por un tercero a título oneroso** también serán subvencionables como costes de personal, si estas personas están asignadas a la acción, cumplen las condiciones generales de subvencionabilidad y:

- a) trabajan en condiciones similares a las de un asalariado (en especial en lo relativo a la forma en que se organiza el trabajo, a las tareas realizadas y a los locales donde se realicen) y
- b) el resultado del trabajo pertenece al beneficiario (a menos que se acuerde otra cosa).

Deberán calcularse sobre la base de una tarifa que corresponda a los costes realmente contraídos en el ámbito del contrato directo o de la comisión de servicios y no deberán ser muy diferentes de los del personal que realice tareas similares en virtud de un contrato de trabajo con el beneficiario.

A.4. El trabajo de los **propietarios de pymes** para la acción (es decir, propietarios de beneficiarios que sean pequeñas y medianas empresas¹⁵ que no reciban un salario) o **personas físicas beneficiarias** (es decir, beneficiarios que sean personas físicas que no reciban un salario) podrá declararse como costes de personal si cumplen las condiciones generales de subvencionabilidad y se calculan como costes unitarios de conformidad con el método establecido en el anexo 2 *bis*.

B. Costes de subcontratación

Los **costes de subcontratación** de la acción [incluidos los derechos, impuestos y gravámenes conexos como el impuesto sobre el valor añadido (IVA) no deducible serán subvencionables si se calculan sobre la base de los costes realmente contraídos, cumplen las condiciones generales de subvencionabilidad y se adjudican utilizando las prácticas de compra habituales del beneficiario, siempre que garanticen subcontratos con la mejor relación calidad/precio (o, en su caso, el precio más bajo) y que no exista conflicto de intereses (véase la cláusula 12).

Los beneficiarios que sean «poderes o entidades adjudicadores» en el sentido de las Directivas de la UE sobre contratación pública también deberán cumplir la legislación nacional aplicable en materia de contratación pública.

Las tareas que se subcontraten y el coste estimado de cada subcontrato deberán figurar en el anexo 1 y los costes totales estimados de la subcontratación por beneficiario deberán figurar en el anexo 2 (o podrán aprobarse posteriormente en el informe periódico, si el recurso a la subcontratación no implica cambios en el Convenio que puedan cuestionar la decisión de

¹⁵ Véase la definición en la Recomendación 2003/361/CE de la Comisión: las microempresas y las pequeñas y medianas empresas son empresas

- que ejercen una actividad económica, independientemente de su forma jurídica (incluidos, en particular, los trabajadores por cuenta propia y las empresas familiares dedicadas a la artesanía u otras actividades, así como las sociedades o asociaciones que ejercen regularmente una actividad económica) y
- que empleen a menos de 250 personas (expresadas en «unidades de trabajo anual», tal como se definen en el artículo 5 de la Recomendación) y cuyo volumen de negocios anual no exceda de 50 millones de euros o cuyo balance general anual no exceda de 43 millones de euros.



conceder la subvención o vulnerar el principio de igualdad de trato de los solicitantes; «procedimiento de aprobación simplificado»).

C. Costes de adquisición

Los **costes de compra** de la acción [incluidos los derechos, impuestos y gravámenes conexos, como el impuesto sobre el valor añadido (IVA) no deducible serán subvencionables si cumplen las condiciones generales de subvencionabilidad y se adjudican utilizando las prácticas de compra habituales del beneficiario, siempre que garanticen adquisiciones con la mejor relación calidad/precio (o, en su caso, el precio más bajo) y que no exista conflicto de intereses (véase la cláusula 12).

Los beneficiarios que sean «poderes o entidades adjudicadores» en el sentido de las Directivas de la UE sobre contratación pública también deberán cumplir la legislación nacional aplicable en materia de contratación pública.

C.1 Desplazamientos y dietas

Las adquisiciones de **desplazamientos, alojamiento y dietas** deberán calcularse de la manera siguiente:

- desplazamientos: sobre la base de los costes realmente contraídos y en consonancia con las prácticas habituales del beneficiario en materia de gastos de viaje,
- alojamiento: sobre la base de los costes realmente contraídos y en consonancia con las prácticas habituales del beneficiario en materia de gastos de viaje,
- dietas: sobre la base de los costes realmente contraídos y en consonancia con las prácticas habituales del beneficiario en materia de gastos de viaje.

C.2 Equipos

Las compras de **equipos, infraestructuras u otros activos** utilizados para la acción deberán declararse como costes de amortización, calculados sobre la base de los costes realmente contraídos y amortizados de conformidad con las normas internacionales de contabilidad y las prácticas contables habituales del beneficiario.

Solo podrá tenerse en cuenta la fracción de los costes correspondiente al porcentaje de utilización real de la acción durante el período en que esta se desarrolle.

Los costes de **alquiler o arrendamiento financiero** de equipos, infraestructuras u otros activos también serán subvencionables, siempre que no superen los costes de amortización de equipos, infraestructuras o activos similares y no incluyan gastos de financiación.

C.3 Otros bienes, obras y servicios

Las compras de **otros bienes, obras y servicios** deben calcularse sobre la base de los costes realmente contraídos.

Estos bienes, obras y servicios incluyen, por ejemplo, bienes fungibles y suministros, promoción, difusión, protección de resultados, traducciones, publicaciones, certificados y garantías financieras, si así lo exige el Convenio.

D. Otras categorías de costes



D.1 Ayuda financiera a terceros

Los **costes de prestación de apoyo financiero a terceros** (en forma de **subvenciones, premios** o formas similares de apoyo, en su caso) serán subvencionables si se consideran subvencionables en las condiciones de la convocatoria, si cumplen las condiciones generales de subvencionabilidad, se calculan sobre la base de los costes realmente contraídos y la ayuda se ejecuta de conformidad con las condiciones establecidas en el anexo 1.

Estas condiciones deberán garantizar procedimientos de selección objetivos y transparentes e incluir, como mínimo, lo siguiente:

- a) en el caso de las subvenciones (o similares):
 - i) el importe máximo de la ayuda financiera concedida a cada tercero («destinatario»); este importe no podrá superar el importe que figura en la ficha técnica (véase el punto 3)¹⁶ o acordado de otro modo con la autoridad otorgante;
 - ii) los criterios para calcular el importe exacto de la ayuda financiera;
 - iii) los diversos tipos de actividad que pueden recibir ayuda financiera, sobre la base de una lista cerrada;
 - iv) las personas o categorías de personas que recibirán ayuda, y
 - v) los criterios y procedimientos para la concesión de ayuda financiera;
- b) en el caso de los premios (o similares):
 - i) los criterios de admisibilidad y de adjudicación;
 - ii) el importe del premio, y
 - iii) las modalidades de pago.

Costes indirectos

E. Costes indirectos

Los **costes indirectos** se reembolsarán a tanto alzado del 4 % de los costes de personal subvencionables (categoría A, excepto costes de voluntariado, en su caso).

Contribuciones

No aplicable

¹⁶ El importe debe especificarse en la convocatoria. No podrá ser superior a 60 000 EUR, salvo si fuese imposible o excesivamente difícil alcanzar el objetivo de la acción o en el caso de la ayuda humanitaria, las operaciones de asistencia urgente, las operaciones de protección civil o la ayuda para la gestión de crisis [artículo 207 del Reglamento (UE) 2024/2509 (Reglamento Financiero)].



6.3 Costes y contribuciones no subvencionables

No serán subvencionables los siguientes costes o contribuciones:

- a) Costes o contribuciones que no cumplan las condiciones expuestas anteriormente (cláusulas 6.1 y 6.2), en particular:
 - i) los costes relacionados con el rendimiento del capital y los dividendos pagados por un beneficiario;
 - ii) las deudas y la carga de la deuda;
 - iii) las provisiones para pérdidas o deudas futuras;
 - iv) el interés adeudado;
 - v) las pérdidas debidas al cambio de moneda;
 - vi) los gastos bancarios cargados por el banco del beneficiario por las transferencias efectuadas por la autoridad otorgante;
 - vii) los gastos excesivos o desconsiderados;
 - viii) el IVA deducible;
 - ix) los costes contraídos o las contribuciones para actividades ejecutadas durante la suspensión del Convenio de subvención (véase la cláusula 31);
 - x) las contribuciones en especie de terceros.
- b) Costes o contribuciones declarados en el marco de otras subvenciones de la UE (o subvenciones concedidas por otro Estado miembro de la UE, un país no perteneciente a la UE u otro organismo que ejecute el presupuesto de la UE), excepto en los casos siguientes:
 - i) acciones de Synergy: no aplicable
 - ii) si la subvención de acción se combina con una subvención de funcionamiento¹⁷ durante el mismo período y el beneficiario puede demostrar que la subvención de funcionamiento no cubre ningún coste (directo o indirecto) de la subvención de acción.
- c) costes o contribuciones de personal de una administración nacional (o regional o local): no aplicable
- d) costes o contribuciones (especialmente de desplazamiento y dietas) de personal o de representantes de las instituciones, organismos o agencias de la UE; no aplicable

¹⁷ Véase la definición en el artículo 183, apartado 2, letra b), del Reglamento Financiero de la UE [Reglamento (UE, Euratom) 2024/2509]: «**subvención de funcionamiento**»: una subvención de la UE destinada a financiar «el funcionamiento de un organismo cuyo objetivo forme parte de alguna de las políticas de la Unión y la apoye».



e) otros:

- i) restricciones del país respecto a los costes subvencionables: no aplicable
- ii) costes o contribuciones declarados específicamente no subvencionables en las condiciones de la convocatoria.

6.4 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario declara costes o contribuciones que no son subvencionables, serán desestimadas (véase la cláusula 27).

También se podrá aplicar cualquiera de las demás medidas descritas en el capítulo 5.

CAPÍTULO 4 EJECUCIÓN DE LA SUBVENCIÓN

SECCIÓN 1 CONSORCIO: BENEFICIARIOS, ENTIDADES AFILIADAS Y OTROS PARTICIPANTES

CLÁUSULA 7 - BENEFICIARIOS

Los beneficiarios, como signatarios del Convenio, son plenamente responsables ante la autoridad otorgante de ejecutarlo y cumplir todas sus obligaciones.

Deberán ejecutar el Convenio de la mejor manera posible, de buena fe y de conformidad con todas las obligaciones y condiciones que comporta.

Deberán tener los recursos adecuados para ejecutar la acción y realizarla bajo su propia responsabilidad y de conformidad con la cláusula 11. Si dependen de entidades afiliadas u otros participantes (véanse las cláusulas 8 y 9), seguirán teniendo la responsabilidad exclusiva ante la autoridad otorgante y los demás beneficiarios.

Serán conjuntamente responsables de la ejecución *técnica* de la acción. Si uno de los beneficiarios no ejecuta su parte de la acción, los otros beneficiarios deberán asegurarse de que otra persona la ejecute (sin tener derecho a un aumento del importe máximo de la subvención y sujeto a modificación, véase la cláusula 39). En caso de recuperación, la responsabilidad *financiera* de cada beneficiario se registrará por la cláusula 22.

Los beneficiarios (y su acción) deberán seguir siendo subvencionables en el marco del programa de la UE que financia la subvención durante toda la duración de la acción. Los costes y las contribuciones solo serán subvencionables mientras el beneficiario y la acción lo sean.

Las **funciones y responsabilidades internas** de los beneficiarios se repartirán de la siguiente manera:

- a) cada beneficiario deberá:
 - i) mantener actualizada la información almacenada en el registro de participantes del portal (véase la cláusula 19);
 - ii) informar inmediatamente a la autoridad otorgante (y a los otros beneficiarios) de cualquier suceso o circunstancia que pueda afectar perceptiblemente a la ejecución de la acción o retrasarla (véase la cláusula 19);



iii) presentar al coordinador a su debido tiempo:

- las garantías sobre la prefinanciación (si se solicitan, véase la cláusula 23);
- los estados financieros y los certificados de los estados financieros (CEF) (si se solicitan; véanse las cláusulas 21 y 24.2 y el punto 4.3 de la ficha técnica);
- la contribución a los entregables e informes técnicos (véase la cláusula 21);
- cualquier otro documento o información requerida por la autoridad otorgante en virtud del Convenio;

iv) enviar a través del portal los datos y la información relacionada con la participación de sus entidades afiliadas.

b) El coordinador deberá:

- i) controlar que la acción se ejecute correctamente (véase la cláusula 11);
- ii) actuar como intermediario en todas las comunicaciones entre el consorcio y la autoridad otorgante, salvo que el Convenio o la autoridad otorgante especifique lo contrario, y en particular:
 - presentar las garantías de prefinanciación a la autoridad otorgante (si procede),
 - solicitar y revisar cualquier documento o información requerida y verificar su calidad e integridad antes de presentarlos a la autoridad otorgante,
 - presentar los entregables e informes a la autoridad otorgante,
 - informar a la autoridad otorgante sobre los pagos realizados a los demás beneficiarios (informar, sobre la distribución de los pagos, si procede; véanse las cláusulas 22 y 32),
- iii) distribuir los pagos recibidos de la autoridad otorgante a los demás beneficiarios sin demoras injustificadas (véase la cláusula 22).

El coordinador no podrá delegar las tareas anteriormente mencionadas en ningún otro beneficiario ni subcontratarlas a terceros (incluidas las entidades afiliadas).

No obstante, los coordinadores que sean organismos públicos podrán delegar las tareas enunciadas en la letra b), inciso ii), último guion, e inciso iii), supra, en las entidades con «autorización de administración» que hayan creado, que estén controlada por ellos o sean afiliadas suyas. En tal caso, el coordinador sigue teniendo la responsabilidad exclusiva en relación con los pagos y el cumplimiento de las obligaciones previstas en el Convenio.



Además, los coordinadores que sean «beneficiarios únicos»¹⁸ [o similares, como los Consorcios de Infraestructuras de Investigación Europeas (ERIC)] podrán delegar las tareas que figuran en la letra b), incisos i) a iii), en uno de sus miembros. El coordinador sigue teniendo la responsabilidad exclusiva del cumplimiento de las obligaciones previstas en el Convenio.

Los beneficiarios deberán contar con **disposiciones internas** relativas a su funcionamiento y coordinación para garantizar que la acción se ejecuta correctamente.

Si así lo requiere la autoridad otorgante (véase la ficha técnica, punto 1), dichas disposiciones deberán establecerse en un **acuerdo de consorcio** escrito entre los beneficiarios, que cubra, por ejemplo:

- la organización interna del consorcio,
- la gestión del acceso al Portal,
- las diferentes claves de reparto de los pagos y las responsabilidades financieras en caso de recuperación (si procede),
- las normas adicionales sobre derechos y obligaciones relacionadas con los conocimientos antecedentes y los resultados (véase la cláusula 16),
- la resolución de conflictos internos,
- las disposiciones sobre responsabilidad, indemnización y confidencialidad entre los beneficiarios.

Los acuerdos internos no deberán contener ninguna disposición contraria al Convenio.

CLÁUSULA 8 - ENTIDADES AFILIADAS

No aplicable

CLÁUSULA 9 - OTROS PARTICIPANTES IMPLICADOS EN LA ACCIÓN

9.1 Miembros asociados

No procede

9.2 Terceros que aportan contribuciones en especie a la acción

Si es necesario para la ejecución de la acción, otros terceros podrán aportar contribuciones en especie (es decir, personal, equipos, otros bienes, obras y servicios, entre otros, gratuitos).

¹⁸ Véase la definición en el artículo 190, apartado 2, del Reglamento Financiero de la UE [Reglamento (UE, Euratom) 2024/2509]: «Cuando varias entidades cumplan los criterios para la adjudicación de una subvención y juntas formen una entidad, esa entidad podrá ser tratada como **beneficiario único**, también si la entidad se ha creado específicamente para ejecutar la acción financiada por la subvención».



Los terceros que hacen contribuciones en especie no realizarán ninguna tarea de la acción. No podrán imputar costes o contribuciones a la acción y los costes de las contribuciones en especie no serán subvencionables.

Los terceros y sus contribuciones en especie deberán consignarse en el anexo 1.

9.3 Subcontratistas

Los subcontratistas podrán participar en la acción, si es necesario para su ejecución.

Los subcontratistas deberán realizar las tareas de la acción de conformidad con la cláusula 11. Los costes de las tareas subcontratadas (precio facturado por el subcontratista) serán subvencionables y podrán ser cobrados por los beneficiarios, en las condiciones establecidas en la cláusula 6. Los costes se incluirán en el anexo 2 como parte de los costes de los beneficiarios.

Los beneficiarios deberán garantizar que sus obligaciones contractuales en virtud de las cláusulas 11 (correcta ejecución), 12 (conflicto de intereses), 13 (confidencialidad y seguridad), 14 (ética), 17.2. (visibilidad), 18 (normas específicas para la ejecución de la acción), 19 (información) y 20 (conservación de documentos) también se aplican a los subcontratistas.

Los beneficiarios deberán garantizar que los organismos mencionados en la cláusula 25 [p. ej., la autoridad otorgante, la OLAF, el Tribunal de Cuentas Europeo (TCE), etc.] también puedan ejercer sus derechos frente a los subcontratistas.

9.4 Destinatarios de la ayuda financiera a terceros

Si la acción incluye la prestación de ayuda financiera a terceros (por ejemplo, subvenciones, premios o formas similares de ayuda), los beneficiarios deberán asegurarse de que sus obligaciones contractuales en virtud de las cláusulas 12 (conflicto de intereses), 13 (confidencialidad y seguridad), 14 (ética), 17.2 (visibilidad), 18 (normas específicas para la ejecución de la acción), 19 (información) y 20 (conservación de documentos) también se aplican a los terceros que reciban la ayuda (destinatarios).

Los beneficiarios también deberán garantizar que los organismos mencionados en la cláusula 25 [p. ej., la autoridad otorgante, la OLAF, el Tribunal de Cuentas Europeo (TCE), etc.] también puedan ejercer sus derechos frente a los destinatarios.

CLÁUSULA 10 - PARTICIPANTES CON UN ESTATUTO ESPECIAL

No aplicable

SECCIÓN 2 NORMAS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN

CLÁUSULA 11 - CORRECTA EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN

11.1 Obligación de ejecutar correctamente la acción

Los beneficiarios deberán ejecutar la acción tal como se describe en el anexo 1 y de conformidad con las disposiciones del Convenio, las condiciones de la convocatoria y todas las obligaciones legales aplicables en virtud del Derecho nacional, internacional y de la UE.



11.2 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario incumple alguna de sus obligaciones en virtud de la presente cláusula, podrá reducirse el importe de la subvención (véase la cláusula 28).

Dichas infracciones también podrán dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 12 - CONFLICTO DE INTERESES

12.1 Conflicto de intereses

Los beneficiarios deberán adoptar todas las medidas necesarias para prevenir cualquier situación en la que la imparcialidad y objetividad en la ejecución del Convenio puedan verse comprometidas por razones de vínculos familiares o afectivos, afinidades políticas o nacionales, interés económico o cualquier otro interés directo o indirecto («conflicto de intereses»).

Deberán notificar oficialmente a la autoridad otorgante, sin demora, toda situación constitutiva de un conflicto de intereses o susceptible de conducir a un conflicto de intereses y tomar de inmediato todas las medidas necesarias para corregir esta situación.

La autoridad otorgante podrá verificar que estas medidas son adecuadas y podrá exigir que se tomen medidas adicionales en un plazo determinado.

12.2 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario incumple cualquiera de sus obligaciones con arreglo a la presente cláusula, podrá reducirse la subvención (véase la cláusula 28) y ponerse fin a la subvención o a la participación del beneficiario en la acción (véase la cláusula 32).

Dichas infracciones también podrán dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 13 - CONFIDENCIALIDAD Y SEGURIDAD

13.1 Información sensible

Las partes deberán mantener la confidencialidad de cualquier dato, documento u otro material (en cualquier forma) que se identifique por escrito como sensible («información sensible»), durante la ejecución de la acción y por lo menos hasta que expire el plazo previsto en la ficha técnica (véase el punto 6).

A petición de un beneficiario, la autoridad otorgante podrá acordar mantener la confidencialidad de dicha información durante un período más largo.

Salvo que las Partes acuerden otra cosa, la información sensible únicamente se podrá utilizar para ejecutar el Convenio.

Los beneficiarios podrán revelar información sensible a su personal o a otros participantes implicados en la acción únicamente cuando:

- necesiten conocerla para ejecutar el Convenio; y
- estén sometidos a una obligación de confidencialidad.



La autoridad otorgante podrá revelar información sensible a las instituciones y organismos de la UE.

Además, podrá revelar información sensible a terceros siempre que:

- a) ello resulta necesario para ejecutar el Convenio o proteger los intereses financieros de la UE, y
- b) los receptores de la información estén sometidos a una obligación de confidencialidad.

Las obligaciones de confidencialidad dejarán de aplicarse si:

- a) la Parte que comunica la información acepta dispensar a la otra Parte;
- b) la información queda a disposición del público sin vulnerar ninguna obligación de confidencialidad;
- c) la divulgación de la información sensible es exigida por el Derecho de la UE, internacional o nacional.

Las normas específicas de confidencialidad (si las hubiere) figuran en el anexo 5.

13.2 Información clasificada

Las Partes deberán tratar la información clasificada de conformidad con el Derecho de la UE, internacional o nacional aplicable en la materia [en particular, la Decisión (UE, Euratom) 2015/444 de la Comisión¹⁹ y sus normas de desarrollo].

Los entregables que contengan información clasificada deberán presentarse conforme a lo dispuesto en los procedimientos especiales acordados con la autoridad otorgante.

Las tareas de la acción relacionadas con información clasificada solo podrán subcontratarse previa aprobación explícita (por escrito) de la autoridad otorgante.

La información clasificada no podrá ser divulgada a terceros (incluidos los participantes implicados en la ejecución de la acción) sin la aprobación previa explícita, por escrito, de la autoridad otorgante.

Las normas específicas de seguridad (si las hubiere) figuran en el anexo 5.

13.3 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario incumple alguna de sus obligaciones en virtud de la presente cláusula, podrá reducirse el importe de la subvención (véase la cláusula 28).

Dichas infracciones también podrán dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.

¹⁹ Decisión (UE, Euratom) 2015/444 de la Comisión, de 13 de marzo de 2015, sobre las normas de seguridad para la protección de la información clasificada de la UE (DO L 72 de 17.3.2015, p. 53).



CLÁUSULA 14 - ÉTICA Y VALORES

14.1 Ética

La acción deberá realizarse en consonancia con los valores éticos más elevados y de conformidad con el Derecho nacional, internacional y de la UE aplicable en materia de principios éticos.

Las normas éticas específicas, en su caso, figuran en el anexo 5.

14.2 Valores

El beneficiario debe comprometerse a garantizar el respeto de los valores fundamentales de la UE (como el respeto de la dignidad humana, la libertad, la democracia, la igualdad, el Estado de Derecho y los derechos humanos, incluidos los derechos de las minorías).

Las normas específicas sobre valores, en su caso, figuran en el anexo 5.

14.3 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario incumple alguna de sus obligaciones en virtud de la presente cláusula, podrá reducirse el importe de la subvención (véase la cláusula 28).

Dichas infracciones también podrán dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 15 - PROTECCIÓN DE DATOS

15.1 Tratamiento de datos por parte de la autoridad otorgante

Los datos personales en el marco del Convenio serán tratados por el responsable del tratamiento de los datos de la autoridad otorgante de conformidad con la legislación aplicable en materia de protección de datos, en particular el Reglamento (UE) 2016/679²⁰ y los actos nacionales de protección de datos conexos y para los fines establecidos en la declaración de privacidad.

15.2 Tratamiento de datos por los beneficiarios

Los beneficiarios tratarán los datos personales en virtud del Convenio de conformidad con la legislación nacional, internacional y de la UE aplicable en materia de protección de datos [en particular, el Reglamento (UE) 2016/679].

Deberán garantizar que los datos personales:

- sean tratados de manera lícita, leal y transparente en relación con el interesado,
- recogidos con fines determinados, explícitos y legítimos, y no serán tratados ulteriormente de manera incompatible con dichos fines,

²⁰ Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de los datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (DO L 119 de 4.5.2016, p. 1).



- sean adecuados, pertinentes y limitados a lo necesario en relación con los fines para los que son tratados,
- sean exactos y, si fuera necesario, mantenerse actualizados,
- se conserven de forma que permita la identificación de los interesados durante un período no superior al necesario para los fines para los que son tratados, y
- sean tratados de un modo que garantice una seguridad adecuada de los datos.

Los beneficiarios solo podrán conceder a su personal acceso a los datos que sean estrictamente necesarios para la ejecución, gestión y supervisión del Convenio. Los beneficiarios deberán garantizar que el personal tenga la obligación de confidencialidad.

Los beneficiarios deberán informar a las personas cuyos datos se transmiten a la autoridad otorgante y facilitarles la declaración sobre privacidad del Portal.

15.3 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario incumple alguna de sus obligaciones en virtud de la presente cláusula, podrá reducirse el importe de la subvención (véase la cláusula 28).

Dichas infracciones también podrán dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 16 - DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL (DPI), CONOCIMIENTOS PREVIOS Y RESULTADOS, DERECHOS DE ACCESO Y DERECHOS DE USO

16.1 Conocimientos previos y derechos de acceso a ellos

Los beneficiarios deberán darse acceso recíproco y dar acceso a los demás participantes a los conocimientos previos que se identifiquen como necesarios para la ejecución de la acción, con sujeción a las normas específicas del anexo 5.

Por «conocimientos previos» se entiende todo dato, conocimiento técnico o información, cualquiera que sea su forma o naturaleza (tangible o intangible), incluido todo derecho, como los derechos de propiedad intelectual, que:

- a) obre en poder de los beneficiarios antes de adherirse al Convenio; y
- b) sea necesario para la ejecución de la acción o la explotación de los resultados.

Si los conocimientos previos están sujetos a derechos de terceros, el beneficiario en cuestión deberá garantizar que puede cumplir sus obligaciones en virtud del Convenio.

16.2 Propiedad de los resultados

La autoridad otorgante no obtendrá la propiedad de los resultados producidos en el marco la acción.

Por «resultado» se entiende el efecto, tangible o intangible, de la acción, tales como datos, conocimientos técnicos o información, sea cual sea su forma o naturaleza, y tanto si puede



protegerse como si no, así como todo derecho derivado, incluidos los derechos de propiedad intelectual.

16.3 Derechos de uso de la autoridad otorgante y de la Comisión Europea en relación con los materiales, documentos e información recibidos con fines de políticas, información, comunicación, difusión y publicidad

La autoridad otorgante y la Comisión Europea tendrán derecho a utilizar, durante la acción o posteriormente, la información no sensible relacionada con la acción y los materiales y documentos recibidos de los beneficiarios (en particular, los resúmenes que serán publicados, los entregables y cualquier otro material, como imágenes o material audiovisual, en papel o en formato electrónico) con fines de política, información, comunicación, difusión y publicidad.

El derecho a utilizar los materiales, los documentos y la información de los beneficiarios se concederá en forma de una licencia no exclusiva, irrevocable y libre de regalías, que incluirá los siguientes derechos:

- a) **el uso para sus propios fines** [en particular, ponerlos a disposición de las personas que trabajan para ellas o para cualquier otro Estado miembro o servicio de la UE (incluidas las instituciones, órganos, oficinas, agencias, etc.), o institución u organismo de otro Estado miembro; copiarlos o reproducirlos total o parcialmente en número ilimitado; y la comunicación mediante servicios de información a la prensa];
- b) **la distribución al público** (en particular, publicación en papel y en formato electrónico o digital, publicación en Internet, como archivo descargable o no, radiodifusión por cualquier canal, presentación o visualización pública, comunicación mediante servicios de información a la prensa, o inclusión en índices o bases de datos ampliamente accesibles);
- c) **la reedición o reelaboración** [como abreviar, resumir, introducir otros elementos (p. ej., metadatos, leyendas o elementos gráficos, visuales, sonoros o textuales), extraer partes (p. ej., archivos de audio o vídeo), dividir en partes, usarlo en una compilación];
- d) **la traducción;**
- e) **el almacenamiento** en soporte de papel, electrónico o de otro tipo;
- f) **el archivado**, en consonancia con las normas de gestión documental aplicables;
- g) el derecho de autorizar a **terceros** para actuar en su nombre, o conceder sublicencias de los modos de uso previstos en las letras b), c), d) y f) a terceros, si es necesario para las actividades de comunicación y publicidad de la autoridad otorgante; y
- h) **el procesamiento**, análisis, y compilación de los materiales, documentos e información recibidos y la **elaboración de obras derivadas**.

Los derechos de uso se concederán por la duración total de los derechos de propiedad industrial o intelectual de que se trate.

Si los materiales o documentos están sujetos a derechos morales o derechos de terceros (incluidos los derechos de propiedad intelectual o los derechos de las personas físicas sobre su imagen y voz), los beneficiarios deberán asegurarse de cumplir con sus obligaciones en virtud



del presente Convenio (en particular, mediante la obtención de la licencias y autorizaciones necesarias de los titulares de derechos de que se trate).

Cuando corresponda, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación o la Comisión Europea insertará la siguiente información:

«© – [año] – [nombre del propietario de los derechos de autor]. Todos los derechos reservados.
Autorizados al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España o la Comisión Europea con condiciones.»

16.4 Normas específicas sobre DPI, resultados y antecedentes

Las normas específicas sobre derechos de propiedad intelectual, resultados y conocimientos previos, en su caso, figuran en el anexo 5.

16.5 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario incumple alguna de sus obligaciones en virtud de la presente cláusula, podrá reducirse el importe de la subvención (véase la cláusula 28).

Dicha infracción también podrá dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 17 - COMUNICACIÓN, DIFUSIÓN Y VISIBILIDAD

17.1 Comunicación, difusión y promoción de la acción

Salvo que se acuerde lo contrario con la autoridad otorgante, los beneficiarios deberán promover la acción y sus resultados proporcionando información dirigida a múltiples audiencias (incluidos los medios de comunicación y el público), de conformidad con el anexo 1 y de forma estratégica, coherente y eficaz.

Antes de emprender una actividad de comunicación o difusión que se espera tenga un gran impacto en los medios de comunicación, el beneficiario deberá informar a la autoridad otorgante.

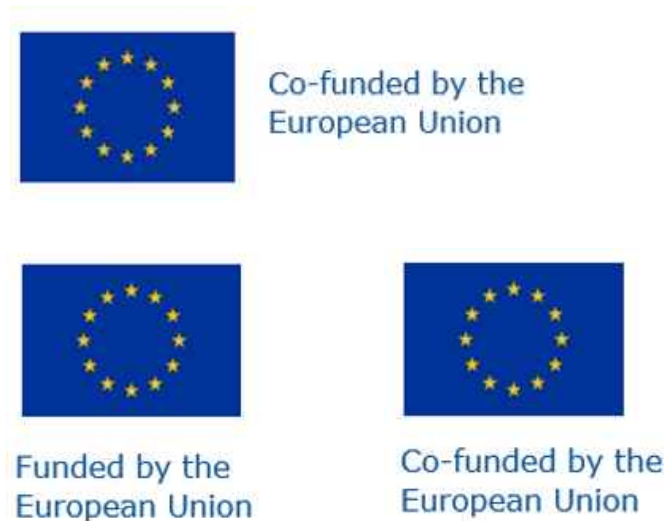
17.2 Visibilidad — Bandera europea y declaración sobre la financiación

Salvo que se acuerde lo contrario con la autoridad otorgante, las actividades de comunicación de los beneficiarios relacionadas con la acción (incluidas las relaciones con los medios de comunicación, las conferencias, los seminarios, los materiales informativos, como folletos, carteles, presentaciones, etc., en formato electrónico, a través de los medios de comunicación o de las redes sociales, etc.), las actividades de difusión y cualquier infraestructura, equipo, vehículo, suministro o resultado importante financiado por la subvención deberán reconocer la ayuda de la UE y mostrar la bandera europea (emblema) y la declaración de financiación (traducida a las lenguas locales, cuando corresponda).



Funded by the
European Union





El emblema deberá mantenerse separado y diferenciado y no podrá modificarse añadiendo otras marcas visuales, marcas o texto.

Aparte del emblema, no podrá utilizarse ninguna otra identidad visual ni logotipo para destacar el apoyo de la UE.

Cuando se exhiba junto con otros logotipos (p. ej., de beneficiarios o patrocinadores), el emblema debe figurar al menos de manera tan destacada y visible como los demás logotipos.

A efectos de sus obligaciones con arreglo a la presente cláusula, los beneficiarios podrán utilizar el emblema sin necesidad de obtener la autorización previa de la autoridad otorgante. No obstante, ello no supondrá un derecho de uso exclusivo. Además, no podrán apropiarse del emblema, o de cualquier marca o logotipo semejantes, ni mediante registro ni por ningún otro medio.

17.3 Calidad de la información y cláusula de exención de responsabilidad

Toda actividad de comunicación o difusión relacionada con la acción deberá utilizar información factual exacta.

Además, deberá indicar la siguiente cláusula de exención de responsabilidad (traducida a las lenguas locales cuando proceda):

«Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o [denominación de la autoridad otorgante]. Ni la Unión Europea ni la autoridad otorgante pueden ser considerados responsables de ellos.»

17.4 Normas en materia de comunicación, difusión y visibilidad

Las normas específicas de comunicación, difusión y visibilidad, en su caso, figuran en el anexo 5.

17.5 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario incumple alguna de sus obligaciones en virtud de la presente cláusula, podrá reducirse el importe de la subvención (véase la cláusula 28).



Dichas infracciones también podrán conllevar que se apliquen otras medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 18 - NORMAS ESPECÍFICAS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN

18.1 Normas específicas para la ejecución de la acción

Las normas específicas para la ejecución de la acción (en su caso) figuran en el anexo 5.

18.2 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario incumple alguna de sus obligaciones en virtud de la presente cláusula, podrá reducirse el importe de la subvención (véase la cláusula 28).

Dicha infracción también podrá dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.

SECCIÓN 3 ADMINISTRACIÓN DE LA SUBVENCIÓN

CLÁUSULA 19 - INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS OBLIGACIONES

19.1 Solicitudes de información

Los beneficiarios deberán facilitar, durante la ejecución de la acción o con posterioridad a esta y de conformidad con la cláusula 7, cualquier información que se les solicite a fin de comprobar la subvencionabilidad de los costes o contribuciones declarados, la adecuada ejecución de la acción y el respeto de cualquier otra obligación prevista en el Convenio.

La información facilitada deberá ser exacta, precisa y completa y estar en el formato solicitado, electrónico en su caso.

19.2 Actualización de los datos del Registro de participantes

Los beneficiarios deberán mantener actualizada, en todo momento, durante la acción o posteriormente, la información almacenada en el registro de participantes del portal, en particular, el nombre, el domicilio, los representantes legales, la forma jurídica y el tipo de organización.

19.3 Información sobre sucesos o circunstancias que repercutan en la acción

El beneficiario deberá informar inmediatamente a la autoridad otorgante (y a los otros beneficiarios) de:

- a) los **sucesos** que puedan afectar a la ejecución de la acción o retrasarla, o afectar a los intereses financieros de la UE, en particular:
 - i) los cambios en su situación legal, financiera, técnica, organizativa o de propiedad (incluidos los cambios relacionados con uno de los motivos de exclusión enumerados en la declaración jurada firmada antes de la firma de la subvención);
 - ii) información vinculada a la acción: no aplicable
- b) las **circunstancias** que afecten a:
 - i) la decisión de concesión de la subvención; o



- ii) el cumplimiento de lo dispuesto en el Convenio.

19.4 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario incumple alguna de sus obligaciones en virtud de la presente cláusula, podrá reducirse el importe de la subvención (véase la cláusula 28).

Dichas infracciones también podrán dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 20 - CONSERVACIÓN DE DOCUMENTOS

20.1 Conservación de registros y documentos justificativos

Los beneficiarios deberán, al menos hasta que expire el plazo previsto en la ficha técnica (véase el punto 6), conservar registros y documentos justificativos que demuestren la correcta ejecución de la acción de conformidad con las normas aceptadas en el ámbito respectivo (en su caso).

Además, los beneficiarios deberán conservar, durante el mismo período, los siguientes documentos para justificar los importes declarados:

- a) en el caso de los costes reales: registros adecuados y justificantes que acrediten los costes declarados, tales como contratos, subcontratos, facturas y registros contables; además, los procedimientos habituales de contabilidad y de control interno de los beneficiarios deberán permitir una conciliación directa entre los importes declarados, los importes registrados en su contabilidad y los importes indicados en los justificantes;
- b) en el caso de los costes y contribuciones a tanto alzado (en su caso): registros adecuados y justificantes que acrediten la subvencionabilidad de los costes o contribuciones a los que se aplica el tanto alzado;
- c) en el caso de los siguientes costes y contribuciones simplificados: los beneficiarios no tendrán que conservar registros específicos de los costes reales incurridos, pero deberán conservar:
 - i) en el caso de los costes y contribuciones unitarios (en su caso): registros adecuados y justificantes que acrediten el número de unidades declarado;
 - ii) en el caso de los costes o contribuciones fijos únicos (en su caso): registros adecuados y justificantes que acrediten la correcta ejecución del trabajo descrito en el anexo 1;
 - iii) en el caso de una financiación no vinculada a los costes (en su caso): registros adecuados y justificantes que acrediten la consecución de los resultados o el cumplimiento de las condiciones descritas en el anexo 1;
- d) en el caso de los costes y contribuciones unitarios, a tanto alzado y fijos únicos con arreglo a las prácticas habituales de contabilidad de costes (en su caso): los beneficiarios deberán conservar todos los registros y justificantes adecuados que acrediten que sus prácticas de contabilidad de costes se han aplicado de manera coherente, sobre la base de criterios objetivos, independientemente de la fuente de financiación, y que cumplen las condiciones de subvencionabilidad establecidas en las cláusulas 6.1 y 6.2.



Además, para ciertas categorías presupuestarias específicas, se requiere lo siguiente:

- e) en el caso de los costes de personal: el tiempo de trabajo prestado al beneficiario en el ámbito de la acción deberá estar respaldado por declaraciones firmadas mensualmente por la persona y su supervisor, a menos que exista otro sistema fiable de registro de tiempo trabajado; la autoridad otorgante podrá aceptar pruebas alternativas que justifiquen el tiempo trabajado para la acción declarada, si considera que ofrecen un nivel de garantía adecuado.
- f) normas adicionales en materia de conservación de registros: no aplicable.

Deberá facilitar los documentos justificativos si así se le solicita (véase la cláusula 19) o en el contexto de los controles, revisiones, auditorías o investigaciones (véase la cláusula 25).

Si se estuvieran llevando a cabo controles, revisiones, auditorías, investigaciones, litigios u otros procesos de reclamación en virtud del Convenio, los beneficiarios deberán conservar tales registros y otros justificantes hasta que concluyan tales procedimientos.

Los beneficiarios deberán conservar los documentos originales. Los documentos digitales y digitalizados se considerarán originales si así lo autoriza la legislación nacional aplicable. La autoridad otorgante podrá aceptar documentos no originales si considera que ofrecen un nivel de fiabilidad comparable.

20.2 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario incumple alguna de sus obligaciones en virtud de la presente cláusula, los costes o contribuciones insuficientemente justificados no serán subvencionables (véase la cláusula 6) y serán desestimados (véase la cláusula 27), pudiéndose además reducir la subvención (cláusula 28).

Dichas infracciones también podrán dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 21 - INFORMES

21.1 Información continua

No procede

21.2 Informes

Además, para solicitar los pagos, los beneficiarios deberán presentar informes con arreglo al calendario y las modalidades establecidas en la ficha técnica (véase el punto 4.2.):

- para los pagos intermedios (en su caso): un **informe periódico**;
- para el pago final: un **informe periódico final, un informe final y un estudio de evaluación de los resultados** de las medidas de promoción e información.

[OPCIÓN 1 para acciones con varios períodos de notificación y pagos intermedios:]

Excepto para el último período de notificación, el coordinador deberá presentar un informe periódico en un plazo de sesenta días tras finalizar cada período de notificación.

El **informe periódico** deberá incluir lo siguiente:



- a) un informe técnico periódico (véase el anexo 7), que contendrá:
- i) una explicación de las actividades realizadas por los beneficiarios y un resumen de los progresos alcanzados en la consecución de los objetivos de la acción, incluidos los entregables indicados en el anexo 1;
- este informe deberá utilizar los indicadores de rendimiento y de resultados establecidos en el anexo 1 e incluir explicaciones que justifiquen las diferencias entre las actividades que se prevé llevar a cabo y los resultados esperados de conformidad con el anexo 1 y los realmente alcanzados u obtenidos;
- ii) copias del material y de las imágenes utilizadas que no se hayan remitido aún a la autoridad otorgante;
- b) un **informe financiero periódico** que contendrá:
- i) un estado financiero individual (véase el anexo 4) de cada beneficiario para el período de notificación correspondiente.
- El estado financiero individual detallará los costes subvencionables (costes reales y costes a tanto alzado; véase la cláusula 6) para cada categoría presupuestaria (véase el anexo 2).
- Los beneficiarios deberán declarar todos los costes subvencionables, aunque, en el caso de los costes reales y los costes a tanto alzado, sean superiores a los importes indicados en el presupuesto estimado (véase el anexo 2). Los importes que no se declaren en el estado financiero individual no serán tenidos en cuenta por la autoridad otorgante.
- Si no se ha presentado el estado financiero individual correspondiente a un período de notificación, se podrá incluir en el informe financiero periódico correspondiente al período de notificación siguiente.
- Cada beneficiario deberá certificar que:
- la información facilitada es completa, fidedigna y veraz;
 - los costes declarados son subvencionables (véase la cláusula 6);
 - los costes pueden acreditarse mediante los registros adecuados y la documentación justificativa (véase la cláusula 20), que se presentarán si así se solicita (véase la cláusula 19) o en el contexto de los controles, auditorías e investigaciones (véase la cláusula 25); y
 - con respecto al último período de notificación: que todos los ingresos han sido declarados (véase la cláusula 22);
- ii) un estado financiero recapitulativo periódico que consolide los estados financieros individuales del período de notificación de que se trate e incluya, excepto para el último período de notificación, la **solicitud de pago intermedio**.



- iii) Un certificado de los estados financieros (elaborado de conformidad con las normas internacionales de auditoría y respaldado por el informe de auditoría y de conformidad con el anexo 6) para cada beneficiario, si:
- el importe de los pagos que solicita como reembolso de los costes reales es igual o superior a 325 000 EUR, y
 - la contribución máxima de la UE indicada, para dicho beneficiario en el presupuesto estimado (véase el anexo 2), como reembolso de los costes reales es igual o superior a 750 000 EUR.
- iv) Copias de las facturas y justificantes correspondientes que acrediten la subvencionabilidad de los costes, cuando no se requiera el certificado mencionado en el inciso iii).

Con respecto al último período de notificación, el coordinador deberá presentar el informe periódico, el informe final y el estudio de evaluación de los resultados en un plazo de 90 días a partir del término de ese período.

El **informe final** deberá incluir lo siguiente:

- a) un informe técnico final (véase el anexo 8), que contendrá:
- i) un resumen de las actividades llevadas a cabo y del resultado de la acción utilizando, en particular, los indicadores de impacto establecidos en el anexo 1;
 - ii) un resumen para su publicación;
- b) un informe financiero final que contenga un estado financiero recapitulativo final que consolide los estados financieros individuales de todos los períodos de notificación e incluya la solicitud de pago del saldo.

El **estudio de evaluación de los resultados** de las medidas de información y de promoción debe ser realizado por un organismo externo independiente utilizando los indicadores de impacto establecidos en el anexo 1.]

21.3 Moneda de los estados financieros y conversión a euros

El estado financiero deberá elaborarse en euros.

Los beneficiarios cuya contabilidad se lleve en una moneda distinta del euro deberán convertir en euros los costes registrados en sus cuentas utilizando el promedio de los tipos de cambio diarios publicados en la serie C del *Diario Oficial de la Unión Europea* (página web del BCE), calculado durante el período de notificación correspondiente.

Si no se publica en el *Diario Oficial* el tipo de cambio diario del euro para la moneda de que se trate, deberán convertirse utilizando el promedio de los tipos contables mensuales publicados en el sitio web de la Comisión Europea (InforEuro), calculado durante el período de notificación correspondiente.

Los beneficiarios cuya contabilidad se lleve en euros deberán convertir en euros los costes contraídos en otras monedas, con arreglo a sus prácticas contables habituales.



21.4 Lengua del informe

Salvo que se acuerde lo contrario con la autoridad otorgante, el informe se redactará en la lengua del Convenio (véase la ficha técnica, punto 4.2.).

21.5 Consecuencias del incumplimiento

Si los informes presentados no se ajustan a lo dispuesto en la presente cláusula, la autoridad otorgante podrá suspender los plazos de pago (véase la cláusula 29) y aplicar cualquiera de las demás medidas descritas en el capítulo 5.

Si el coordinador incumple sus obligaciones de información, la autoridad otorgante podrá poner fin a la subvención o a la participación del coordinador (véase la cláusula 32) o aplicar cualquiera de las demás medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 22 - PAGOS Y RECUPERACIONES, Y CÁLCULO DE LOS IMPORTES ADEUDADOS

22.1 Pagos y modalidades de pago

Los pagos se realizarán con arreglo al calendario y las modalidades establecidas en la ficha técnica (véase el punto 4.2.).

Se harán en euros en la cuenta bancaria indicada por el coordinador (véase la ficha técnica, punto 4.2.) y deberán distribuirse sin demora injustificada (podrán aplicarse restricciones a la distribución del pago inicial de prefinanciación; véase la ficha técnica, punto 4.2.).

Los pagos a dicha cuenta bancaria liberarán a la autoridad otorgante de su obligación de pago.

Los gastos de transferencia se repartirán del siguiente modo:

- la autoridad otorgante sufragará los gastos de transferencia cargados por su banco,
- el beneficiario sufragará los gastos de transferencia cargados por su banco,
- la Parte que ocasione la repetición de una transferencia soportará todos los gastos derivados de dicha repetición.

Los pagos efectuados por la autoridad otorgante se considerarán realizados en la fecha del adeudo en su cuenta.

22.2 Recuperaciones

Se efectuarán recuperaciones si, en el momento de la resolución de la participación del beneficiario, del pago final o posteriormente, se constata que la autoridad otorgante ha pagado demasiado y es preciso recuperar los importes indebidos.

El régimen general de responsabilidad para las recuperaciones es el siguiente: En el momento del pago final, el coordinador será plenamente responsable de las recuperaciones, aun cuando no haya sido el destinatario final de los importes indebidos. En el momento de la resolución de la participación del beneficiario o tras el pago final, las recuperaciones se efectuarán directamente contra los beneficiarios de que se trate.



Los beneficiarios serán plenamente responsables del reembolso de las deudas de sus entidades afiliadas.

En caso de recuperaciones forzosas (véase la cláusula 22.4):

- los beneficiarios serán conjunta y solidariamente responsables del reembolso de las deudas de cualquier otro beneficiario en virtud del Convenio (incluidos los intereses de demora), si así lo requiere la autoridad otorgante (véase el punto 4.4 de la ficha técnica),
- las entidades afiliadas serán responsables del reembolso de las deudas de sus beneficiarios en virtud del Convenio (incluidos los intereses de demora), si así lo requiere la autoridad otorgante (véase el punto 4.4 de la ficha técnica).

22.3 Importes adeudados

22.3.1. Pagos de prefinanciación

La finalidad de la prefinanciación es proporcionar fondos de tesorería a los beneficiarios.

Su importe seguirá siendo propiedad de la UE hasta el pago final.

En el plazo de 30 días a partir de la entrada en vigor del presente Convenio, el coordinador podrá presentar una solicitud de pago de **prefinanciación** a la autoridad otorgante, acompañada de una garantía financiera (en caso necesario; véase el punto 4.2 de la ficha técnica y la cláusula 23.1).

Los pagos de prefinanciación (o parte de ellos) podrán deducirse (sin el consentimiento de los beneficiarios) de los importes adeudados por un beneficiario a la autoridad otorgante, hasta la cantidad adeudada a dicho beneficiario.

No se efectuarán pagos si se suspenden el plazo de pago o los pagos (véanse las cláusulas 29 y 30).

22.3.2. Importe adeudado en el momento de la resolución de la participación del beneficiario – Recuperación

En caso de resolución de la participación del beneficiario, la autoridad otorgante determinará el importe provisional adeudado al beneficiario de que se trate. Los pagos (en su caso) se efectuarán con el pago intermedio siguiente o con el pago final.

El **importe adeudado** se calculará como sigue:

Etapa 1: Cálculo de la contribución total de la UE aceptada

Etapa 1: Cálculo de la contribución total de la UE aceptada

La autoridad otorgante calculará, en primer lugar, la «contribución de la UE aceptada» para el beneficiario correspondiente a todos los períodos de notificación, calculando la «contribución máxima de la UE a los costes» (aplicando el porcentaje de financiación a los costes aceptados del beneficiario), teniendo en cuenta las solicitudes de una contribución menor a los costes y los límites de los umbrales de los certificados de los estados financieros (CEF) (en su caso; véase la cláusula 24.5) y añadiendo las contribuciones (contribuciones unitarias, a tanto alzado o fijas únicas aceptadas y financiación no vinculada a los costes, en su caso).



A continuación, la autoridad otorgante tendrá en cuenta las reducciones de la subvención (en su caso). El importe resultante será la «contribución total de la UE aceptada» para el beneficiario.

El **saldo** se calcula a continuación deduciendo los pagos recibidos (en su caso; véase el informe sobre la distribución de los pagos en la cláusula 32), de la contribución total de la UE aceptada:

$$\begin{aligned} & \{ \text{contribución total de la UE aceptada para el beneficiario} \\ & \text{menos} \\ & \{ \text{pagos de prefinanciación e intermedios recibidos (en su caso)} \} \}. \end{aligned}$$

Si el saldo es **positivo**, el importe se incluirá en el pago intermedio siguiente o en el pago final al consorcio.

Si el saldo es **negativo**, será **recuperado** de acuerdo con el procedimiento siguiente:

La autoridad otorgante enviará al beneficiario de que se trate un **escrito de preinformación**:

- en el que se notifique oficialmente la intención de recuperar el importe adeudado, el importe que debe recuperarse y las razones que justifican dicha recuperación, y
- en el que se solicite la presentación de observaciones en el plazo de treinta días a partir de la recepción de la notificación.

Si no se presentan observaciones (o la autoridad otorgante decide proceder a la recuperación pese a las observaciones recibidas), esta confirmará el importe que debe recuperarse y reclamará el importe que debe pagarse al coordinador (**carta de confirmación**).

Los importes también se tendrán en cuenta posteriormente para el pago intermedio siguiente o para el pago final.

22.3.3 Pagos intermedios

Los pagos intermedios reembolsan los costes y contribuciones subvencionables solicitados para la realización de la acción durante los períodos de notificación (en su caso).

Los pagos intermedios (en su caso) se realizarán con arreglo al calendario y las modalidades establecidas en la ficha técnica (véase el punto 4.2.).

El pago estará condicionado a la aprobación del informe periódico. Su aprobación no implica el reconocimiento de la conformidad, autenticidad, integridad o exactitud de su contenido.

La autoridad otorgante calculará el **pago intermedio** como sigue:

Etapas 1: Cálculo de la contribución total de la UE aceptada

Etapas 2: Limitación del importe máximo de los pagos intermedios

Etapas 1: Cálculo de la contribución total de la UE aceptada

La autoridad otorgante calculará la «contribución de la UE aceptada» para la acción correspondiente al período de notificación, calculando en primer lugar la «contribución máxima de la UE a los costes» (aplicando el porcentaje de financiación a los costes aceptados de cada



beneficiario), teniendo en cuenta las solicitudes de una contribución menor a los costes y los límites de los umbrales de los certificados de los estados financieros (CEF) (en su caso; véase la cláusula 24.5) y añadiendo las contribuciones (contribuciones unitarias, a tanto alzado o fijas aceptadas y financiación no vinculada a los costes, en su caso).

A continuación, la autoridad otorgante tendrá en cuenta las reducciones de la subvención resultantes de la resolución de la participación del beneficiario (en su caso). La cantidad resultante será la «contribución total de la UE aceptada».

Etapas 2: Limitación del importe máximo de los pagos intermedios

El importe resultante se limita para garantizar que el importe total de la prefinanciación y de los pagos intermedios (en su caso) no supere el límite máximo de los pagos intermedios establecido en la ficha técnica (véase el punto 4.2).

Los pagos intermedios (o parte de ellos) podrán deducirse (sin el consentimiento de los beneficiarios) de los importes adeudados por un beneficiario a la autoridad otorgante, hasta la cantidad adeudada a dicho beneficiario.

No se efectuarán pagos si se suspenden el plazo de pago o los pagos (véanse las cláusulas 29 y 30).

22.3.4. Pago final - Importe final de la subvención - Ingresos y beneficios - Recuperación

El pago final (pago del saldo) reembolsa la parte restante de los costes y contribuciones subvencionables solicitados para la ejecución de la acción (en su caso).

El pago final se realizará con arreglo al calendario y las modalidades establecidas en la ficha técnica (véase el punto 4.2.).

El pago estará supeditado a la aprobación del informe periódico final y del informe final, así como a la recepción del estudio de evaluación de los resultados de las medidas de promoción e información. Su aprobación no implica el reconocimiento de la conformidad, autenticidad, integridad o exactitud de su contenido.

El **importe final de la subvención para la acción** se calculará como sigue:

Etapas 1: Cálculo de la contribución total de la UE aceptada

Etapas 2: Limitación del importe máximo de la subvención

Etapas 3: Reducción debida a la regla de la ausencia de ánimo de lucro

Etapas 1: Cálculo de la contribución total de la UE aceptada

La autoridad otorgante calculará, en primer lugar, la «contribución de la UE aceptada» para la acción correspondiente a todos los períodos de notificación, calculando la «contribución máxima de la UE a los costes» (aplicando el porcentaje de financiación a los costes totales aceptados de cada beneficiario), teniendo en cuenta las solicitudes de una contribución menor a los costes, los límites de los umbrales de los certificados de los estados financieros (CEF) (en su caso; véase la cláusula 24.5) y añadiendo las contribuciones (contribuciones unitarias, a tanto alzado o fijas únicas aceptadas y financiación no vinculada a los costes, en su caso).



A continuación, la autoridad otorgante tendrá en cuenta las reducciones de la subvención (si procede). La cantidad resultante será la «contribución total de la UE aceptada».

Etapas 2: Limitación al importe máximo de la subvención

Si el importe resultante es superior al importe máximo de la subvención fijado en la cláusula 5.2, se reducirá a este último.

Etapas 3: Reducción debida a la regla de la ausencia de ánimo de lucro

Si la ficha técnica contempla la regla de la ausencia de ánimo de lucro (véase el punto 4.2), la subvención no deberá generar beneficios (es decir, un excedente del importe obtenido tras la etapa 2 más los ingresos de la acción, respecto de los costes y contribuciones subvencionables aprobadas por la autoridad otorgante).

Por «ingresos» se entenderá todas las ganancias generadas por la acción, durante su vigencia (véase la cláusula 4), para los beneficiarios que sean entidades jurídicas con ánimo de lucro.

Si hubiera beneficios, se deducirán en proporción al porcentaje final de reembolso de los costes subvencionables aprobados por la autoridad otorgante (en comparación con el importe calculado tras las etapas 1 y 2, menos las contribuciones).

El **saldo** (pago final) se calculará deduciendo el importe total de los pagos intermedios y de prefinanciación ya abonados (si procede), del importe final de la subvención:

{importe final de la subvención

menos

{pagos de prefinanciación e intermedios realizados (en su caso)}}.

Si el saldo es **positivo**, se **abonará** al coordinador.

El pago final (o parte de él) podrá deducirse (sin el consentimiento de los beneficiarios) de los importes adeudados por un beneficiario a la autoridad otorgante, hasta la cantidad adeudada a dicho beneficiario.

No se efectuarán pagos si el plazo de pago o los pagos se suspenden (véanse las cláusulas 29 y 30).

Si el saldo es **negativo**, será **recuperado** de acuerdo con el procedimiento siguiente:

La autoridad otorgante enviará al coordinador un **escrito de preinformación**:

- en el que se notifique formalmente la intención de recuperar el importe final de la subvención, el importe a recuperar y las razones que justifican dicha recuperación; y
- en el que se solicite la presentación de observaciones en el plazo de treinta días a partir de la recepción de la notificación.

Si no se presentan observaciones (o la autoridad otorgante decide proceder a la recuperación a pesar de las observaciones recibidas), confirmará el importe a recuperar (**carta de confirmación**), junto con una **nota de adeudo** con las condiciones y la fecha de pago.



Si el pago no se realiza en la fecha especificada en la nota de adeudo, la autoridad otorgante procederá a la **ejecución forzosa** de conformidad con la cláusula 22.4.

22.3.5. Ejecución de la auditoría tras el pago final, importe final de la subvención revisado y recuperación

Si, tras el pago final (en particular, tras los controles, revisiones, auditorías o investigaciones; véase la cláusula 25), la autoridad otorgante desestima costes o contribuciones (véase la cláusula 27) o reduce la subvención (véase la cláusula 28), calculará el **importe final de la subvención revisado** que corresponde al beneficiario afectado.

El **importe final de la subvención revisado** se calculará como sigue:

Etapas 1: Cálculo de la contribución total de la UE aceptada y revisada

Etapas 1: Cálculo de la contribución total de la UE aceptada y revisada

La autoridad otorgante calculará, en primer lugar, la «contribución de la UE aceptada y revisada» que corresponde al beneficiario, calculando los «costes aceptados y revisados» y las «contribuciones aceptadas y revisadas».

A continuación, la autoridad otorgante tendrá en cuenta las reducciones de la subvención (si procede). La «contribución total de la UE aceptada y revisada» resultante será el importe final revisado de la subvención concedida al beneficiario.

Si el importe final revisado de la subvención es menor que el importe final de la subvención del beneficiario (es decir, su parte en el importe final de la subvención para la acción), se **recuperará** de conformidad con el procedimiento siguiente:

El **importe final de la subvención del beneficiario** (es decir, la parte del importe final de la subvención para la acción) se calcula como sigue:

$$\left\{ \left\{ \begin{array}{l} \text{contribución total de la UE aceptada para el beneficiario} \\ \text{dividida por} \\ \text{contribución total de la UE aceptada para la acción} \end{array} \right\} \right. \\ \left. \times \left\{ \begin{array}{l} \text{importe final de la subvención para la acción} \end{array} \right\} \right\}.$$

La autoridad otorgante enviará al beneficiario de que se trate un **escrito de preinformación**:

- en el que se notifique formalmente la intención de ejecutar una recuperación, el importe a recuperar y las razones que la justifican, y
- en el que se solicite la presentación de observaciones en el plazo de treinta días a partir de la recepción de la notificación.

Si no se presentan observaciones (o la autoridad otorgante decide proceder a la recuperación a pesar de las observaciones recibidas), confirmará el importe a recuperar (**carta de confirmación**), junto con una **nota de adeudo** con las condiciones y la fecha de pago.



Las recuperaciones contra entidades afiliadas (si proceden) se tramitarán a través de los beneficiarios.

Si el pago no se realiza en la fecha especificada en la nota de adeudo, la autoridad otorgante procederá a la **ejecución forzosa** de conformidad con la cláusula 22.4.

22.4 Ejecución forzosa

Si el pago no se efectúa en la fecha especificada en la nota de adeudo, el importe adeudado se recuperará:

- (a) deduciéndolo, sin el consentimiento del coordinador o del beneficiario, de cualquier importe que la autoridad otorgante adeude al coordinador o al beneficiario;
en circunstancias excepcionales, a fin de salvaguardar los intereses financieros de la UE, el importe podrá deducirse antes de la fecha de pago fijada en la nota de adeudo;
- (b) recurriendo a la garantía o garantías financieras (en su caso)
- (c) Considerando a otros beneficiarios conjunta y solidariamente responsables (en su caso; véase el punto 4.4 de la ficha técnica).
- (d) Considerando a las entidades afiliadas conjunta y solidariamente responsables: no procede.
- (e) Emprendiendo una acción judicial (véase la cláusula 43).

El importe por recuperar se incrementará con los **intereses de demora**, al tipo fijado en la cláusula 22.5, a partir del día siguiente a la fecha de pago que figure en la nota de adeudo y hasta la fecha en que se reciba el pago íntegro del importe, incluida dicha fecha.

Los pagos parciales se deducirán en primer lugar de los gastos, cargos e intereses de demora, y a continuación del principal.

Los gastos bancarios contraídos en el proceso de recuperación correrán a cargo del beneficiario, salvo si se aplica la Directiva (UE) 2015/2366²¹.

22.5 Consecuencias del incumplimiento

22.5.1 Si la autoridad otorgante no efectúa su pago dentro de plazo (véase más arriba), los beneficiarios tendrán derecho a percibir **intereses de demora** al tipo aplicado por el Banco Central Europeo (BCE) para sus operaciones principales de refinanciación en euros («tipo de referencia»), más el tipo de interés de demora especificado en la ficha técnica (punto 4.2.). El tipo de referencia será el vigente el primer día del mes en que expire el plazo de pago, tal como se publica en la serie C del *Diario Oficial de la Unión Europea*.

²¹ Directiva (UE) 2015/2366 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, sobre servicios de pago en el mercado interior y por la que se modifican las Directivas 2002/65/CE, 2009/110/CE y 2013/36/UE y el Reglamento (UE) n.º 1093/2010 y se deroga la Directiva 2007/64/CE (DO L 337 de 23.12.2015, p. 35).



Si el interés de demora es igual o inferior a 200 EUR, se abonará al coordinador solamente previa solicitud, transmitida dentro de los dos meses siguientes a la recepción del pago atrasado.

La suspensión del plazo de pago o de los pagos (véanse las cláusulas 29 y 30) no se considerará demora en el pago.

Los intereses de demora se calcularán sobre el período comprendido entre el día siguiente a la fecha de vencimiento del pago (véase más arriba) y el día efectivo del pago, inclusive.

Los intereses de demora no se tendrán en cuenta a efectos del cálculo del importe final de la subvención.

22.5.2 Si el coordinador incumple cualquiera de sus obligaciones con arreglo a la presente cláusula, podrá reducirse la subvención (véase la cláusula 28) y ponerse fin a la subvención o a la participación del coordinador en la acción (véase la cláusula 32).

Dichas infracciones también podrán dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 23 - GARANTÍAS

23.1 Garantías de prefinanciación

Si así lo exige la autoridad otorgante (véase el punto 4.2 de la ficha técnica), los beneficiarios deberán proporcionar (una o más) garantía de prefinanciación de conformidad con el calendario y los importes establecidos en la ficha técnica.

El coordinador deberá presentar una garantía financiera a la autoridad otorgante junto con la solicitud de pago de prefinanciación.

La garantía deberá satisfacer lo dispuesto en el capítulo IV del Reglamento Delegado (UE) n.º 907/2014 de la Comisión y cumplir las condiciones siguientes:

- a) ser concedida por un banco o institución financiera autorizada establecida en la UE o, si así lo solicita el coordinador y lo acepta la autoridad otorgante, por un tercero o por un banco o institución financiera establecida fuera de la UE que ofrezca una garantía equivalente,
- b) que el garante ejecute la garantía a primer requerimiento y no exija a la autoridad otorgante que actúe contra el deudor principal (es decir, el beneficiario afectado), y
- c) que se mantenga explícitamente en vigor hasta el pago final y, si este adopta la forma de recuperación, hasta tres meses después de la notificación de la nota de adeudo al beneficiario.

La garantía se liberará en el curso del mes siguiente.

23.2 Consecuencias del incumplimiento

Si los beneficiarios incumplen su obligación de presentar la garantía de prefinanciación, no se abonará la prefinanciación.

Dichas infracciones también podrán dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.



CLÁUSULA 24 - CERTIFICADOS

24.1 Informe de verificación operativa (IVO)

No procede

24.2 Certificado de los estados financieros (CEF)

Si es necesario (véase el punto 4.3 de la ficha técnica), los beneficiarios deberán presentar certificados de sus estados financieros (CEF), de conformidad con el calendario, el umbral y las condiciones establecidas en la ficha técnica.

El coordinador deberá presentarlos como parte del informe periódico (véase la cláusula 21).

Si no se alcanzan los umbrales, los beneficiarios deberán presentar copias de las facturas y justificantes correspondientes que demuestren la subvencionabilidad de los costes.

Los certificados deberán elaborarse utilizando el modelo que figura en el anexo 9, cubrir los costes declarados sobre la base de los costes reales y con arreglo a las prácticas habituales de contabilidad de costes (en su caso) y satisfacer las condiciones siguientes:

- a) ser emitido por un auditor externo cualificado autorizado, que sea independiente y cumpla lo dispuesto en la Directiva 2006/43/CE²² (o, en el caso de los organismos públicos: por un funcionario público independiente competente);
- b) la verificación debe llevarse a cabo con arreglo a las mejores prácticas profesionales para garantizar que los estados financieros cumplen las disposiciones del Convenio y que los costes declarados son subvencionables.

Los certificados no afectarán al derecho de la autoridad otorgante a llevar a cabo sus propios controles, revisiones o auditorías, ni impedirán que el Tribunal de Cuentas Europeo (TCE), la Fiscalía Europea (EPPO) o la Oficina Europea de Lucha contra el Fraude (OLAF) ejerzan sus prerrogativas en materia de auditorías e investigaciones en virtud del Convenio (véase la cláusula 25).

Si los costes (o una parte de ellos) ya han sido auditados por la autoridad otorgante, estos costes no tienen que estar cubiertos por el certificado y no se tendrán en cuenta para calcular el umbral (en su caso).

24.3 Certificado de conformidad de las prácticas habituales de contabilidad de costes (CoMUC)

No aplicable

24.4 Auditoría de sistemas y procesos (ASP)

No procede

²² Directiva 2006/43/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de mayo de 2006, relativa a la auditoría legal de las cuentas anuales y de las cuentas consolidadas (DO L 157 de 9.6.2006, p. 87).



24.5 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario no presenta un certificado de los estados financieros (CEF) o este es rechazado, la contribución de la UE aceptada para los costes se limitará para reflejar el umbral del certificado de los estados financieros.

Si un beneficiario incumple cualquiera de sus otras obligaciones en virtud de la presente cláusula, la autoridad otorgante podrá aplicar las medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 25 - CONTROLES, REVISIONES, AUDITORÍAS E INVESTIGACIONES - EXTENSIÓN DE LAS CONCLUSIONES

25.1 Controles, revisiones y auditorías de la autoridad otorgante

25.1.1. Controles internos

La autoridad otorgante podrá comprobar, durante la acción o con posterioridad, la correcta ejecución de la misma y el cumplimiento de las obligaciones derivadas del Convenio, incluida la evaluación de costes y contribuciones, entregables e informes.

25.1.2. Revisiones del proyecto

La autoridad otorgante podrá revisar la correcta ejecución de la acción y el cumplimiento de las obligaciones derivadas del Convenio (revisiones generales del proyecto o revisiones de cuestiones específicas).

Dichas revisiones podrán iniciarse durante la ejecución de la acción y hasta la expiración del plazo estipulado en la ficha técnica (véase el punto 6). Serán notificadas oficialmente al coordinador o al beneficiario afectado y se considerarán iniciadas en la fecha de dicha notificación oficial.

En caso necesario, la autoridad otorgante podrá contar con la asistencia de expertos externos independientes. Si recurre a expertos externos, el coordinador o beneficiario será informado y tendrá derecho a oponerse por motivos de confidencialidad comercial o de conflicto de intereses.

El coordinador o beneficiario afectado deberá cooperar diligentemente y facilitar, dentro del plazo solicitado, cualquier información o dato adicional a los entregables e informes ya entregados (incluida información sobre el uso de los recursos). La autoridad otorgante podrá solicitar a los beneficiarios que le transmitan esta información directamente. La información y los documentos sensibles recibirán el tratamiento previsto en la cláusula 13.

El coordinador o beneficiario afectado podrá ser invitado a participar en reuniones, en particular con los expertos externos.

En el caso de visitas **sobre el terreno**, el beneficiario afectado deberá permitir el acceso a sus dependencias y locales, en particular a expertos externos, y garantizar que la información solicitada esté disponible fácilmente.

La información facilitada deberá ser exacta, precisa y completa y estar en el formato solicitado, electrónico en su caso.



Sobre la base de las conclusiones de la revisión, se elaborará un **informe de revisión del proyecto**.

La autoridad otorgante comunicará oficialmente el proyecto de informe de revisión al coordinador o beneficiario afectado, que dispondrá de treinta días para notificar oficialmente sus observaciones.

Las revisiones del proyecto (incluidos los informes de revisión del proyecto) se redactarán en la lengua del Convenio.

25.1.3 Auditorías

La autoridad otorgante podrá llevar a cabo auditorías sobre la correcta ejecución de la acción y el cumplimiento de las obligaciones derivadas del Convenio.

Dichas auditorías podrán iniciarse durante la ejecución de la acción y hasta la expiración del plazo estipulado en la ficha técnica (véase el punto 6). Serán notificadas oficialmente al beneficiario afectado y se considerarán iniciadas en la fecha de dicha notificación oficial.

La autoridad otorgante podrá recurrir a su propio servicio de auditoría, delegar auditorías en un servicio centralizado o recurrir a empresas de auditoría externas. Si recurre a una empresa externa, el beneficiario afectado será informado y tendrá derecho a oponerse por motivos de confidencialidad comercial o de conflicto de intereses.

El beneficiario afectado deberá cooperar con diligencia y facilitar dentro del plazo solicitado cualquier información (incluidas la contabilidad completa, las fichas salariales individuales u otros datos personales) que permita verificar el cumplimiento del Convenio. La información y los documentos sensibles recibirán el tratamiento previsto en la cláusula 13.

En el caso de visitas **sobre el terreno**, el beneficiario afectado deberá permitir el acceso a sus dependencias y locales, en particular a la empresa de auditoría externa, y garantizar que la información solicitada esté disponible fácilmente.

La información facilitada deberá ser exacta, precisa y completa y estar en el formato solicitado, electrónico en su caso.

Sobre la base de las conclusiones de la auditoría, se elaborará un **proyecto de informe de auditoría**.

Los auditores comunicarán oficialmente el proyecto de informe de auditoría al beneficiario afectado, que dispondrá de treinta días para notificar oficialmente sus observaciones (procedimiento de auditoría contradictoria).

El **informe final de auditoría** tendrá en cuenta las observaciones del beneficiario afectado y se le notificará oficialmente.

Las auditorías (incluidos los informes de auditoría) se redactarán en la lengua del Convenio.

25.2 Controles, revisiones y auditorías de la Comisión Europea relativas a las subvenciones de otras autoridades otorgantes

La Comisión Europea tiene los mismos derechos de control, revisión y auditoría que la autoridad otorgante.



25.3 Acceso a los registros para evaluar las formas simplificadas de financiación

No aplicable.

25.4 Auditorías e investigaciones de la OLAF, la Fiscalía Europea y el TCE

Los siguientes organismos también podrán llevar a cabo controles, revisiones, auditorías e investigaciones, durante la acción o con posterioridad:

- la Oficina Europea de Lucha contra el Fraude (OLAF) en virtud de los Reglamentos (UE, Euratom) n.º 883/2013²³ y (Euratom, CE) n.º 2185/96²⁴,
- la Fiscalía Europea en virtud del Reglamento (UE) 2017/1939,
- el Tribunal de Cuentas Europeo (TCE) en virtud del artículo 287 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) y el artículo 263 del Reglamento Financiero de la UE [Reglamento (UE, Euratom) 2024/2509].

A instancias de dichos organismos, el beneficiario afectado deberá proporcionar información completa, precisa y exhaustiva en el formato solicitado (en particular, la contabilidad completa, las fichas salariales individuales u otros datos personales, incluso en formato electrónico) y permitir el acceso a sus dependencias y locales en caso de visitas o inspecciones sobre el terreno, según lo previsto en estos Reglamentos.

A tal efecto, el beneficiario afectado deberá conservar toda la información pertinente relativa a la acción, al menos hasta el plazo establecido en la ficha técnica (punto 6) y, en cualquier caso, hasta que hayan concluido los controles, revisiones, auditorías, investigaciones, litigios y otras reclamaciones pendientes.

25.5 Consecuencias de los controles, revisiones, auditorías e investigaciones. Ampliación de las constataciones

25.5.1 Consecuencia de los controles, revisiones, auditorías e investigaciones en la presente subvención

Las conclusiones de los controles, revisiones, auditorías o investigaciones llevados a cabo en el contexto de la presente subvención podrán dar lugar a desestimaciones (véase la cláusula 27), reducciones de la subvención (véase la cláusula 28) o cualquiera de las demás medidas descritas en el capítulo 5.

La desestimación o reducción de la subvención con posterioridad al pago final dará lugar a una revisión del importe final de la subvención (véase la cláusula 22).

²³ Reglamento (UE, Euratom) n.º 883/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de septiembre de 2013, relativo a las investigaciones efectuadas por la Oficina Europea de Lucha contra el Fraude (OLAF) y por el que se deroga el Reglamento (CE) n.º 1073/1999 del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (Euratom) n.º 1074/1999 del Consejo (DO L 248 de 18.9.2013, p. 1).

²⁴ Reglamento (Euratom, CE) n.º 2185/96 del Consejo, de 11 de noviembre de 1996, relativo a los controles y verificaciones in situ que realiza la Comisión para la protección de los intereses financieros de las Comunidades Europeas contra los fraudes e irregularidades (DO L 292 de 15.11.1996, p. 2).



Las conclusiones de los controles, revisiones, auditorías o investigaciones realizadas durante la ejecución de la acción podrán dar lugar a una solicitud de modificación (véase la cláusula 39), para cambiar la descripción de la acción recogida en el anexo 1.

Además, las conclusiones que se deriven de una investigación de la OLAF o la Fiscalía Europea podrán dar lugar a acciones penales con arreglo al Derecho nacional.

25.5.2. Extensión de otras subvenciones

No aplicable

25.6 Consecuencias del incumplimiento

Si un beneficiario incumple alguna de sus obligaciones en virtud de la presente cláusula, los costes o contribuciones insuficientemente justificados no serán subvencionables (véase la cláusula 6) y serán desestimados (véase la cláusula 27), pudiéndose además reducir la subvención (cláusula 28).

Dichas infracciones también podrán dar lugar a otras medidas descritas en el capítulo 5.

CLÁUSULA 26 - EVALUACIONES DE IMPACTO

No aplicable

CAPÍTULO 5 CONSECUENCIAS DEL INCUMPLIMIENTO

SECCIÓN 1 DESESTIMACIÓN Y REDUCCIÓN DE SUBVENCIONES

CLÁUSULA 27 - DESESTIMACIÓN DE COSTES Y CONTRIBUCIONES

27.1 Condiciones

La autoridad otorgante desestimarán, en el momento de la resolución de la participación del beneficiario del pago intermedio, del pago final o posteriormente, cualquier coste o contribución no subvencionable (véase la cláusula 6), en particular como consecuencia de controles, revisiones, auditorías o investigaciones (véase la cláusula 25).

Se desestimarán los costes o contribuciones no subvencionables.

27.2 Procedimiento

Si la desestimación no da lugar a una recuperación, el Estado miembro notificará formalmente al coordinador o beneficiario de que se trate la desestimación, los importes y los motivos que la justifican. Si el coordinador o beneficiario de que se trate no está de acuerdo con la desestimación, dispondrá de treinta días a partir de la recepción de la notificación para presentar observaciones (procedimiento de revisión del pago).

Si la desestimación da lugar a una recuperación, el Estado miembro seguirá el procedimiento contradictorio con escrito de preinformación establecido en la cláusula 22.

27.3 Efectos

Si la autoridad otorgante desestima costes, los deducirá de los costes declarados y calculará el importe adeudado (y, en caso necesario, efectuará una recuperación; véase la cláusula 22).



CLÁUSULA 28 - REDUCCIÓN DE LA SUBVENCIÓN

28.1 Condiciones

La autoridad otorgante podrá, en el momento de la resolución de la participación del beneficiario, del pago final o posteriormente, reducir la subvención concedida a un beneficiario, cuando:

- a) el beneficiario (o una persona que tenga facultades de representación, de toma de decisiones o de control, o una persona que sea imprescindible para la concesión o ejecución de la subvención) haya cometido:
 - i) errores sustanciales, irregularidades o fraude, o
 - ii) un incumplimiento grave de las obligaciones establecidas en el Convenio en cuestión o durante el procedimiento de adjudicación (incluida la ejecución incorrecta de la acción, el incumplimiento de las condiciones de la convocatoria, la presentación de información falsa, la no presentación de la información requerida y la violación de las normas éticas y de seguridad, si procede, la no cooperación con los controles, revisiones, auditorías e investigaciones, etc.), o
- b) extensión de las constataciones: no aplicable.

El importe de la reducción se calculará en relación con cada beneficiario afectado y será proporcional a la gravedad y duración de los errores, irregularidades o fraude, o del incumplimiento de las obligaciones correspondientes, para lo que se aplicará un porcentaje de reducción individual a sus contribuciones de la UE que se hayan aceptado.

28.2 Procedimiento

Si la reducción de la subvención no da lugar a una recuperación, la autoridad otorgante notificará formalmente al coordinador o beneficiario afectado la reducción, los importes que deben reducirse y los motivos que la justifican. Si el coordinador o beneficiario afectado no está de acuerdo con la reducción, dispondrá de treinta días a partir de la recepción de la notificación para presentar observaciones (procedimiento de revisión del pago).

Si la reducción de la subvención conlleva una recuperación, la autoridad otorgante seguirá el procedimiento contradictorio con escrito de preinformación establecido en la cláusula 22.

28.3 Efectos

Si la autoridad otorgante reduce la subvención, deducirá la reducción y calculará el importe adeudado (y, en caso necesario, efectuará una recuperación; véase la cláusula 22).

SECCIÓN 2 SUSPENSIÓN Y RESOLUCIÓN

CLÁUSULA 29 -SUSPENSIÓN DEL PLAZO DE PAGO

29.1 Condiciones

La autoridad otorgante podrá suspender, en cualquier momento, el plazo de pago si dicho pago no puede procesarse por los motivos siguientes:



- a) no se han presentado los informes o el estudio requeridos (véase la cláusula 21), o no están completos, o se precisa información adicional;
- b) existen dudas sobre el importe a pagar (p. ej., hay cuestiones sobre la subvencionabilidad, es preciso reducir la subvención, etc.) y se requieren controles, revisiones, auditorías o investigaciones adicionales; o
- c) hay otras cuestiones que afectan a los intereses financieros de la UE.

29.2 Procedimiento

La autoridad otorgante notificará oficialmente al coordinador la suspensión y las razones que la justifican.

La suspensión **surtirá efecto** el día en que se envíe la notificación.

Si dejan de darse las condiciones por las que se suspendió el plazo de pago, **se levantará** la suspensión y volverá a correr el período restante (véase la ficha técnica, punto 4.2.).

Si la duración de la suspensión es superior a dos meses, el coordinador podrá solicitar a la autoridad otorgante que confirme si esta se mantiene.

Si el plazo de pago se ha suspendido porque el informe no cumple los requisitos y no se presenta un informe revisado (o se presenta, pero también es rechazado), la autoridad otorgante también podrá poner fin a la subvención o a la participación del coordinador (véase la cláusula 32).

CLÁUSULA 30 - SUSPENSIÓN DE LOS PAGOS

30.1 Condiciones

La autoridad otorgante podrá, en cualquier momento, suspender los pagos, total o parcialmente, destinados a uno o varios beneficiarios, cuando:

- a) un beneficiario (o una persona que tenga facultades de representación, de toma de decisiones o de control, o una persona que sea imprescindible para la concesión o ejecución de la subvención) haya cometido o se sospeche que ha cometido:
 - i) errores sustanciales, irregularidades o fraude, o
 - ii) un incumplimiento grave de las obligaciones establecidas en el Convenio en cuestión o durante el procedimiento de adjudicación (incluida la ejecución incorrecta de la acción, el incumplimiento de las condiciones de la convocatoria, la presentación de información falsa, la no presentación de la información requerida y la violación de las normas éticas y de seguridad, si procede, la no cooperación con los controles, revisiones, auditorías e investigaciones, etc.);
- b) extensión de las constataciones: no aplicable.

Si se suspenden los pagos a uno o más beneficiarios, la autoridad otorgante efectuará un pago parcial o pagos parciales, de la(s) parte(s) que no se hayan suspendido. Si la suspensión se refiere al pago final, el pago (o la recuperación) de los importes restantes después del levantamiento de la suspensión se considerará que es el pago que cierra la acción.



30.2 Procedimiento

Antes de la suspensión de los pagos, la autoridad otorgante enviará al beneficiario afectado un **escrito de preinformación**:

- en el que se notifique oficialmente la intención de suspender los pagos y las razones que lo justifican; y
- en el que se solicite la presentación de observaciones en el plazo de treinta días a partir de la recepción de la notificación.

Si la autoridad otorgante no recibe ninguna observación o decide seguir adelante con el procedimiento pese a las observaciones recibidas, confirmará la suspensión (**carta de confirmación**). En caso contrario, notificará oficialmente que se interrumpe el procedimiento.

Al final del procedimiento de suspensión, la autoridad otorgante también informará al coordinador.

La suspensión **surtirá efecto** el día siguiente al envío de la notificación de confirmación.

Si se dan las condiciones que permitan reanudar los pagos, **se levantará** la suspensión. La autoridad otorgante notificará formalmente al beneficiario afectado (y al coordinador) y fijará la fecha en que finaliza la suspensión.

Durante la suspensión, no se abonarán pagos de prefinanciación a los beneficiarios afectados. En el caso de los pagos intermedios, los informes periódicos correspondientes a todos los periodos de notificación salvo el último (véase la cláusula 21) no deberán contener ningún estado financiero del beneficiario afectado (ni de sus entidades afiliadas). El coordinador deberá incluirlos en el siguiente informe periódico una vez que se levante la suspensión o, si no se levanta la suspensión, antes de finalizar la acción, en el último informe periódico.

CLÁUSULA 31 - SUSPENSIÓN DEL CONVENIO DE SUBVENCIÓN

31.1 Suspensión del Convenio de subvención solicitada por los beneficiarios

31.1.1. Condiciones y procedimiento

Los beneficiarios podrán solicitar la suspensión del Convenio de subvención o de cualquier parte del mismo, si circunstancias excepcionales, en particular de fuerza mayor (véase la cláusula 35), hacen imposible o excesivamente difícil la ejecución.

La suspensión parcial del programa no puede suponer el aplazamiento de la fecha de finalización del proyecto establecida en la ficha técnica (véase el punto 1).

El coordinador deberá presentar una solicitud de **modificación** (véase la cláusula 39) que incluya:

- las razones que la justifican,
- la fecha en que la suspensión surtirá efecto, que podrá ser anterior a la fecha de presentación de la solicitud de modificación, y
- la fecha de reanudación prevista.



Si la parte que recibe la solicitud firma la modificación, la suspensión **surtirá efecto** el día especificado en la modificación.

Una vez que las circunstancias permitan reanudar la ejecución, el coordinador deberá solicitar inmediatamente otra **modificación** del Convenio para fijar la fecha en que finaliza la suspensión y la fecha de reanudación de la acción (un día después de la fecha en que finaliza la suspensión), e introducir los demás cambios necesarios para adaptar la acción a la nueva situación (véase la cláusula 39), salvo que se haya puesto fin a la subvención (véase la cláusula 32). La suspensión se **levantará** con efectos a partir de la fecha del fin de la suspensión indicada en la modificación. Dicha fecha podrá ser anterior a la fecha de presentación de la solicitud de modificación.

Durante la suspensión, no se abonarán pagos de prefinanciación. Los costes contraídos o las contribuciones para actividades ejecutadas durante la suspensión de la subvención no son subvencionables (véase la cláusula 6.3)

31.2 Suspensión del Convenio de subvención a instancias de la autoridad otorgante

31.2.1. Condiciones

La autoridad otorgante podrá suspender el Convenio de subvención o de cualquier parte del mismo, cuando:

- a) un beneficiario (o una persona que tenga facultades de representación, de toma de decisiones o de control, o una persona que sea imprescindible para la concesión o ejecución de la subvención) haya cometido o se sospeche que ha cometido:
 - i) errores sustanciales, irregularidades o fraude, o
 - ii) un incumplimiento grave de las obligaciones establecidas en el Convenio en cuestión o durante el procedimiento de adjudicación (incluida la ejecución incorrecta de la acción, el incumplimiento de las condiciones de la convocatoria, la presentación de información falsa, la no presentación de la información requerida y la violación de las normas éticas y de seguridad, si procede, la no cooperación con los controles, revisiones, auditorías e investigaciones, etc.);
- b) extensión de las constataciones: no aplicable
- c) otros:
 - i) cuestiones relativas a una acción vinculada: no aplicable
 - ii) motivos adiciones de suspensión del convenio de subvención: no procede.

31.2.2. Procedimiento

Antes de la suspensión de la subvención, la autoridad otorgante enviará al coordinador un **escrito de preinformación**:

- en el que se notifique oficialmente la intención de suspender la subvención y las razones que justifica dicha suspensión; y
- en el que se solicite la presentación de observaciones en el plazo de treinta días a partir de la recepción de la notificación.



Si la autoridad otorgante no recibe ninguna observación o decide seguir adelante con el procedimiento pese a las observaciones recibidas, confirmará la suspensión (**carta de confirmación**). En caso contrario, notificará oficialmente que se interrumpe el procedimiento.

La suspensión **surtirá efecto** el día después del envío de la notificación de confirmación (o en la fecha posterior especificada en la notificación).

Una vez cumplidas las condiciones para reanudar la ejecución de la acción, la autoridad otorgante notificará oficialmente al coordinador un **escrito de levantamiento de la suspensión**, en el que se fijará la fecha en que finaliza la suspensión y se le invitará a solicitar una modificación del Convenio para fijar la fecha de reanudación de la acción (un día después de la fecha en que finaliza la suspensión), ampliar su duración e introducir los demás cambios necesarios para adaptar la acción a la nueva situación (véase la cláusula 39), salvo que se haya puesto fin a la subvención (véase la cláusula 32). La suspensión se **levantará** con efectos a partir de la fecha del fin de la suspensión indicada en el escrito de levantamiento de la suspensión. Esta fecha podrá ser anterior a la fecha en la que se envía el escrito.

Durante la suspensión, no se abonarán pagos de prefinanciación. Los costes contraídos o las contribuciones para actividades ejecutadas durante la suspensión no son subvencionables (véase la cláusula 6.3)

Los beneficiarios no podrán reclamar daños y perjuicios en razón de la suspensión por parte de la autoridad otorgante (véase la cláusula 33).

La suspensión de la subvención no afecta al derecho de la autoridad otorgante a poner fin a la subvención o a la participación de un beneficiario (véase la cláusula 32) o a reducir la subvención (véase la cláusula 28).

CLÁUSULA 32 - RESOLUCIÓN DEL CONVENIO DE SUBVENCIÓN O DE LA PARTICIPACIÓN DEL BENEFICIARIO

32.1 Resolución del Convenio de subvención solicitada por los beneficiarios

32.1.1 Condiciones y procedimiento

Los beneficiarios podrán solicitar la resolución del Convenio de subvención.

El coordinador deberá presentar una solicitud de **modificación** (véase la cláusula 39) que incluya:

- las razones que la justifican,
- la fecha en la que los beneficiarios terminan los trabajos en el ámbito de la acción («fecha de fin de los trabajos»), y
- la fecha en la que surte efecto la resolución («fecha de resolución»), que deberá ser posterior a la fecha de presentación de la solicitud de modificación.

La resolución **surtirá efecto** en la fecha de resolución que se especifique en la modificación.

A falta de justificación, o si la autoridad otorgante considera que las razones aducidas no justifican la resolución, podrá considerar que se ha puesto fin a la subvención de forma impropia.



32.1.2. Efectos

En un plazo de noventa días a partir de la fecha en que surta efecto la resolución, el coordinador deberá presentar un **informe periódico** (correspondiente al período de notificación abierto hasta la resolución), el **informe final** y el **estudio de evaluación de los resultados** de las medidas de promoción e información.

La autoridad otorgante calculará el importe final de la subvención y el pago final sobre la base del informe y el estudio presentados y teniendo en cuenta los costes contraídos y las contribuciones para las actividades ejecutadas antes de que surta efecto la resolución (véase la cláusula 22). Los costes relativos a contratos que debieran ejecutarse solo tras la resolución no serán subvencionables.

Si la autoridad otorgante no recibe los informes dentro del plazo, solo se tendrán en cuenta los costes y contribuciones incluidos en un informe periódico aprobado (ningún coste / ninguna contribución si nunca se ha aprobado un informe periódico).

La resolución improcedente podrá suponer una reducción de la subvención (véase la cláusula 28).

Tras la resolución, continuarán aplicándose las obligaciones de los beneficiarios [en particular las cláusulas 13 (confidencialidad y seguridad), 16 (DPI), 17 (comunicación, difusión y visibilidad), 21 (informes), 25 (controles, revisiones, auditorías e investigaciones), 26 (evaluación del impacto) 27 (desestimaciones), 28 (reducción de la subvención) y 42 (cesión de las solicitudes de pago)].

32.2 Resolución de la participación de un beneficiario solicitada por el consorcio

32.2.1 Condiciones y procedimiento

El coordinador podrá solicitar la resolución de la participación de uno o más beneficiarios, a petición del beneficiario de que se trate o en nombre de los demás beneficiarios.

El coordinador deberá presentar una solicitud de **modificación** (véase la cláusula 39) que incluya:

- las razones que la justifican,
- la opinión de beneficiario afectado (o una prueba de que se solicitó dicha opinión por escrito),
- la fecha en la que el beneficiario finaliza el trabajo relacionado con la acción («fecha de fin del trabajo»),
- la fecha en la que surte efecto la resolución («fecha de resolución»), que deberá ser posterior a la fecha de presentación de la solicitud de modificación.

Si la resolución afecta al coordinador y se realiza sin su acuerdo, la solicitud de modificación deberá presentarla otro beneficiario (que actúe en nombre del consorcio).

La resolución **surtirá efecto** en la fecha de resolución que se especifique en la modificación.

A falta de información o si la autoridad otorgante considera que las razones no justifican la resolución, podrá considerar improcedente la resolución del beneficiario.



32.2.2 Efectos

En un plazo de sesenta días a partir de la fecha en que surta efecto la resolución, el coordinador deberá presentar:

- i) un **informe sobre la distribución de los pagos** al beneficiario afectado;
- ii) un **informe de resolución** del beneficiario de que se trate, correspondiente al período de notificación abierto hasta la resolución, que contenga una visión general de la evolución de los trabajos, el estado financiero y, en su caso, el certificado del estado financiero (CEF) o copias de las facturas y justificantes pertinentes (véanse las cláusulas 21 y 24.2 y el punto 4.3 de la ficha técnica).
- iii) una segunda **solicitud de modificación** (véase la cláusula 39) con otras modificaciones necesarias (por ejemplo, la reasignación de las tareas y el presupuesto estimado del beneficiario cuya participación ha finalizado; la inclusión de un nuevo beneficiario para sustituir al beneficiario cuya participación ha finalizado; cambio de coordinador, etc.).

La autoridad otorgante calculará el importe adeudado al beneficiario sobre la base del informe presentado y teniendo en cuenta los costes contraídos y las contribuciones para las actividades ejecutadas antes de que surta efecto la resolución (véase la cláusula 22). Los costes relativos a contratos que debieran ejecutarse solo tras la resolución no serán subvencionables.

La información que figure en el informe de resolución deberá también incluirse en el informe periódico del siguiente período de notificación (véase la cláusula 21).

Si la autoridad otorgante no recibe el informe de finalización de la participación dentro del plazo, solo se tendrán en cuenta los costes y contribuciones incluidos en un informe periódico aprobado (ningún coste / ninguna contribución si nunca se ha aprobado un informe periódico).

Si la autoridad otorgante no recibe el informe sobre la distribución de los pagos en el plazo previsto, considerará que:

- el coordinador no distribuyó el pago al beneficiario afectado; y que
- el beneficiario afectado no deberá reembolsar ningún importe al coordinador.

Si la autoridad otorgante acepta la segunda solicitud de modificación, **se modificará** el Convenio para introducir los cambios necesarios (véase la cláusula 39).

Si la autoridad otorgante rechaza la segunda solicitud de modificación (porque pondría en cuestión la decisión de conceder la subvención o daría lugar a un trato desigual de los solicitantes), podrá ponerse fin a la subvención (véase la cláusula 32).

La resolución improcedente podrá suponer una reducción de la subvención (véase la cláusula 31) o la resolución de la misma (véase la cláusula 32).

Tras la resolución de la participación, continuarán aplicándose las obligaciones del beneficiario de que se trate [en particular las cláusulas 13 (confidencialidad y seguridad), 16 (DPI), 17 (comunicación, difusión y visibilidad), 21 (informes), 25 (controles, revisiones, auditorías e investigaciones), 26 (evaluación del impacto) 27 (desestimaciones), 28 (reducción de la subvención) y 42 (cesión de las solicitudes de pago)].



32.3 Resolución del Convenio de subvención o de la participación de un beneficiario a instancias de la autoridad otorgante

32.3.1 Condiciones

La autoridad otorgante podrá poner fin al Convenio de subvención o a la participación de uno o más beneficiarios, cuando:

- a) uno o más beneficiarios no se adhieran al Convenio (véase la cláusula 40);
- b) un cambio en la acción o en la situación jurídica, financiera, técnica, organizativa o de propiedad de un beneficiario pueda afectar sustancialmente a la ejecución de la acción o ponga en cuestión la decisión de conceder la subvención (incluidos los cambios relacionados con uno de los motivos de exclusión enumerados en la declaración jurada);
- c) tras la resolución de uno o más beneficiarios, las modificaciones que sea preciso introducir en el Convenio (y su repercusión en la acción) cuestionen la decisión de concesión de la subvención o violen el principio de igualdad de trato de los solicitantes;
- d) la ejecución de la acción resulte imposible o los cambios necesarios para su continuación cuestionen la decisión de concesión de la subvención o violen el principio de igualdad de trato de los solicitantes;
- e) un beneficiario (o una persona con responsabilidad ilimitada sobre sus deudas) esté sujeto a procedimientos concursales o similares (en particular, insolvencia, liquidación, administración judicial o por un liquidador, convenio con acreedores, cese de actividades, etc.);
- f) un beneficiario (o una persona con responsabilidad ilimitada sobre sus deudas) incumpla las obligaciones en materia de impuestos y seguridad social;
- g) un beneficiario (o una persona que tenga facultades de representación, de toma de decisiones o de control, o una persona que sea imprescindible para la concesión o ejecución de la subvención) haya sido declarado culpable de una falta profesional grave;
- h) un beneficiario (o una persona que tenga facultades de representación, de toma de decisiones o de control, o una persona que sea imprescindible para la concesión o ejecución de la subvención) haya cometido fraude, actos de corrupción, o esté implicado en una organización delictiva, blanqueo de capitales, delitos relacionados con el terrorismo (incluida la financiación del terrorismo), trabajo infantil o trata de seres humanos;
- i) un beneficiario (o una persona que tenga facultades de representación, de toma de decisiones o de control, o una persona que sea imprescindible para la concesión o ejecución de la subvención) esté constituido en una jurisdicción diferente con la intención de eludir obligaciones fiscales y sociales, u otras obligaciones jurídicas en el país de origen (o haya constituido otra entidad con tal fin);
- j) un beneficiario (o una persona que tenga facultades de representación, de toma de decisiones o de control, o una persona que sea imprescindible para la concesión o ejecución de la subvención) haya cometido:
 - i) errores sustanciales, irregularidades o fraude, o



- ii) un incumplimiento grave de las obligaciones establecidas en el Convenio en cuestión o durante el procedimiento de adjudicación (incluida la ejecución incorrecta de la acción, el incumplimiento de las condiciones de la convocatoria, la presentación de información falsa, la no presentación de la información requerida y la violación de las normas éticas y de seguridad, si procede, la no cooperación con los controles, revisiones, auditorías e investigaciones, etc.);
- k) extensión de las constataciones: no aplicable
- l) a pesar de una solicitud específica de la autoridad otorgante, un beneficiario no solicite, a través del coordinador, la modificación del Convenio para poner fin a la participación de uno de sus miembros asociados que se encuentre en una de las situaciones presentadas en las letras d), e), f), g), h), i) o j) y reasignar sus tareas; u
- m) otros:
 - (i) cuestiones relativas a una acción vinculada: no aplicable
 - (ii) motivos adiciones de resolución del Convenio de subvención: no aplicable.

32.3.2 Procedimiento

Antes de poner fin a la subvención o a la participación de uno o más beneficiarios, la autoridad otorgante enviará al coordinador o beneficiario afectado **un escrito de preinformación**:

- en el que se notifique formalmente la intención de poner fin a la subvención o participación del beneficiario y las razones que lo justifican; y
- en el que se solicite la presentación de observaciones en el plazo de treinta días a partir de la recepción de la notificación.

Si la autoridad otorgante no recibe ninguna observación o decide seguir adelante con el procedimiento pese a las observaciones recibidas, confirmará la resolución y la fecha en que surtirá efecto (**carta de confirmación**). En caso contrario, notificará oficialmente que se interrumpe el procedimiento.

En caso de resolución de la participación del beneficiario, la autoridad otorgante informará también al coordinador al final del procedimiento.

La resolución **surtirá efecto** el día después del envío de la notificación de confirmación (o en la fecha posterior especificada en la notificación, «fecha de resolución»).

32.3.3 Efectos

- a) En el caso de la **resolución del Convenio de subvención**:

En un plazo de 90 días a partir de la fecha en que surta efecto la resolución, el coordinador deberá presentar un **informe periódico** (correspondiente al último período de notificación abierto hasta la resolución), **el informe final** y **el estudio de evaluación de los resultados** de las medidas de promoción e información.

La autoridad otorgante calculará el importe final de la subvención y el pago final sobre la base del informe presentado y teniendo en cuenta los costes contraídos y las



contribuciones para las actividades ejecutadas antes de que surta efecto la resolución (véase la cláusula 22). Los costes relativos a contratos que debieran ejecutarse solo tras la resolución no serán subvencionables.

Si se pone fin a la subvención por incumplimiento de la obligación de presentar los informes, el beneficiario no podrá presentar ningún informe después de la resolución.

Si la autoridad otorgante no recibe el informe dentro del plazo, solo se tendrán en cuenta los costes y contribuciones incluidos en un informe periódico aprobado (ningún coste / ninguna contribución si nunca se ha aprobado un informe periódico).

La resolución no afecta al derecho de la autoridad otorgante a reducir la subvención (véase la cláusula 28), o imponer sanciones administrativas (véase la cláusula 34).

Los beneficiarios no podrán reclamar daños y perjuicios en razón de la resolución por parte de la autoridad otorgante (véase la cláusula 33).

Tras la resolución, continuarán aplicándose las obligaciones de los beneficiarios [en particular las cláusulas 13 (confidencialidad y seguridad), 16 (DPI), 17 (comunicación, difusión y visibilidad), 21 (informes), 25 (controles, revisiones, auditorías e investigaciones), 26 (evaluación del impacto) 27 (desestimaciones), 28 (reducción de la subvención) y 42 (cesión de las solicitudes de pago)].

b) en caso de **resolución de la participación de un beneficiario**:

Dentro de los 60 días siguientes a la fecha en que surta efecto la resolución de la participación, el coordinador deberá presentar:

- i) un **informe sobre la distribución de los pagos** al beneficiario afectado;
- ii) un **informe de resolución de la participación** del beneficiario de que se trate, correspondiente al período de notificación abierto hasta la resolución, que contenga una visión general de la evolución de los trabajos, el estado financiero y, en su caso, el certificado del estado financiero (CEF) o copias de las facturas y justificantes pertinentes (véanse las cláusulas 21 y 24.2 y el punto 4.3 de la ficha técnica).
- iii) una **solicitud de modificación** (véase la cláusula 39) con las modificaciones necesarias (por ejemplo, la reasignación de las tareas y el presupuesto estimado del beneficiario cuya participación ha finalizado; la inclusión de un nuevo beneficiario para sustituir al beneficiario cuya participación ha finalizado; cambio de coordinador, etc.).

La autoridad otorgante calculará el importe adeudado al beneficiario sobre la base del informe presentado y teniendo en cuenta los costes contraídos y las contribuciones para las actividades ejecutadas antes de que surta efecto la resolución (véase la cláusula 22). Los costes relativos a contratos que debieran ejecutarse solo tras la resolución no serán subvencionables.

La información que figure en el informe de resolución deberá también incluirse en el informe periódico del siguiente período de notificación (véase la cláusula 21).



Si la autoridad otorgante no recibe el informe de resolución dentro del plazo, solo se tendrán en cuenta los costes y contribuciones incluidos en un informe periódico aprobado (ningún coste / ninguna contribución si nunca se ha aprobado un informe periódico).

Si la autoridad otorgante no recibe el informe sobre la distribución de los pagos en el plazo previsto, considerará que:

- el coordinador no distribuyó el pago al beneficiario afectado; y que
- el beneficiario afectado no deberá reembolsar ningún importe al coordinador.

Si la autoridad otorgante acepta la solicitud de modificación, **se modificará** el Convenio para introducir los cambios necesarios (véase la cláusula 39).

Si la autoridad otorgante rechaza la solicitud de modificación (porque pondría en cuestión la decisión de conceder la subvención o daría lugar a un trato desigual de los solicitantes), podrá ponerse fin a la subvención (véase la cláusula 32).

Tras la resolución, continuarán aplicándose las obligaciones del beneficiario de que se trate [en particular las cláusulas 13 (confidencialidad y seguridad), 16 (DPI), 17 (comunicación, difusión y visibilidad), 21 (informes), 25 (controles, revisiones, auditorías e investigaciones), 26 (evaluación del impacto) 27 (desestimaciones), 28 (reducción de la subvención) y 42 (cesión de las solicitudes de pago)].

SECCIÓN 3 OTRAS CONSECUENCIAS: DAÑOS Y PERJUICIOS Y SANCIONES ADMINISTRATIVAS

CLÁUSULA 33 - DAÑOS Y PERJUICIOS

33.1 Responsabilidad de la autoridad otorgante

La autoridad otorgante no podrá ser considerada responsable de los daños y perjuicios causados a los beneficiarios (o a terceros) como consecuencia de la ejecución del Convenio, incluido el caso de negligencia grave.

La autoridad otorgante no podrá ser considerada responsable de los daños y perjuicios causados por alguno de los beneficiarios u otros participantes implicados en la acción como consecuencia de la ejecución del Convenio.

33.2 Responsabilidad de los beneficiarios

Los beneficiarios deberán indemnizar a la autoridad otorgante por cualquier perjuicio que sufra como consecuencia de la ejecución de la acción o porque la acción no se haya ejecutado cumpliendo plenamente del Convenio, siempre que haya sido causado por negligencia grave o acto doloso.

La responsabilidad no se extiende a pérdidas indirectas o de carácter secundario ni daños similares (por ejemplo, lucro cesante, pérdida de recursos o pérdida de contratos), siempre que dicho perjuicio no haya sido causado por un acto doloso o por el incumplimiento de la obligación de confidencialidad.



CLÁUSULA 34 - SANCIONES ADMINISTRATIVAS Y OTRAS MEDIDAS

Ninguna disposición del presente Convenio puede interpretarse en el sentido de que impide la adopción de sanciones administrativas [es decir, exclusión de los procedimientos de adjudicación de la UE con arreglo al artículo 64 del Reglamento (UE) n.º 1306/2013²⁵ o sanciones pecuniarias con arreglo al artículo 5 del Reglamento Delegado (UE) 2015/1829 de la Comisión] u otras medidas de Derecho público, además o como alternativa a las medidas contractuales previstas en el presente Convenio [véanse, por ejemplo, los artículos 137 a 148 del Reglamento Financiero de la UE 2024/2509, y los artículos 4 y 7 del Reglamento (CE, Euratom) n.º 2988/95²⁶].

SECCIÓN 4 FUERZA MAYOR

CLÁUSULA 35 - FUERZA MAYOR

La Parte que se encuentre en una situación de fuerza mayor no se considerará incurso en incumplimiento de sus obligaciones en virtud del Convenio cuando no le sea posible cumplirlas por esta causa.

Por «fuerza mayor» se entenderá cualquier situación o suceso que:

- impida a cualquiera de las Partes cumplir sus obligaciones en virtud del Convenio;
- constituya una situación excepcional e imprevisible, ajena a la voluntad de las Partes;
- no se deba a error o negligencia de su parte (o de parte de otros participantes implicados en la acción), y
- resulte inevitable a pesar de ejercer la debida diligencia.

Cualquier situación constitutiva de fuerza mayor deberá ser notificada oficialmente a la otra Parte sin demora, precisando la naturaleza, la duración probable y los efectos previsibles.

Las Partes deberán adoptar inmediatamente todas las medidas necesarias para limitar el eventual perjuicio resultante de un caso de fuerza mayor y hacer todo lo posible para reanudar la ejecución de la acción lo antes posible.

²⁵ Reglamento (UE) n.º 1306/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, sobre la financiación, gestión y seguimiento de la política agrícola común, por el que se derogan los Reglamentos (CEE) n.º 352/78, (CE) n.º 165/94, (CE) n.º 2799/98, (CE) n.º 814/2000, (CE) n.º 1290/2005 y (CE) n.º 485/2008 del Consejo (DO L 347 de 20.12.2013, p. 549).

²⁶ Reglamento (CE, Euratom) n.º 2988/95 del Consejo, de 18 de diciembre de 1995, relativo a la protección de los intereses financieros de las Comunidades Europeas (DO L 312 de 23.12.1995, p. 1).



CAPÍTULO 6 DISPOSICIONES FINALES

CLÁUSULA 36 - COMUNICACIÓN ENTRE LAS PARTES

36.1 Formas y medios de comunicación

Las comunicaciones en virtud del Convenio (información, solicitudes, presentaciones, «notificaciones oficiales», etc.) deberán:

- realizarse por escrito,
- identificar claramente el Convenio (número y acrónimo del proyecto) y
- utilizar los formularios y plantillas cuando se faciliten.

Salvo en el caso de las notificaciones oficiales, las partes deben recurrir a las comunicaciones por medios electrónicos.

Las notificaciones oficiales se realizarán por correo certificado con acuse de recibo («notificación oficial en papel»).

No obstante, las notificaciones oficiales podrán enviarse por vía electrónica si la legislación nacional aplicable en el país del Estado miembro de que se trate lo permite, en particular con acuse de recibo.

36.2 Fecha de las comunicaciones

Las comunicaciones se considerarán efectuadas en el momento de su envío por la Parte remitente (es decir, la fecha y hora en que las envía).

Las notificaciones oficiales en papel enviadas por correo certificado con acuse de recibo se considerarán efectuadas:

- en la fecha de entrega registrada por el servicio de correos, o bien
- en la fecha límite para su recogida en la oficina de correos.

36.3 Direcciones para las comunicaciones

Las notificaciones oficiales en papel dirigidas a la autoridad otorgante deberán enviarse a la siguiente dirección:

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Dirección General de Alimentación (Subdirección General de Promoción de los Alimentos de España)

Sede electrónica: <https://sede.mapa.gob.es/portal/site/se>

Correo electrónico: programasue@mapa.es

Registro general del MAPA: Paseo de la Infanta Isabel 1, 28071 Madrid

Fondo Español de Garantía Agraria O.A. (FEGA)

Sede electrónica: <https://www.fega.gob.es/es>

Correo electrónico: promoali@fega.es

Registro General del FEGA: C/Beneficencia, 8, 28004 Madrid



En el eventual caso de notificaciones oficiales en papel dirigidas a los **beneficiarios** deberán enviarse a su domicilio legal, tal como se especifica en el registro de beneficiarios del portal del participante.

CLÁUSULA 37 - INTERPRETACIÓN DEL CONVENIO

Las disposiciones de la ficha técnica prevalecerán sobre el resto de las condiciones del Convenio.

El anexo 5 prevalecerá sobre las condiciones. Las condiciones prevalecerán sobre los anexos distintos del anexo 5.

El anexo 2 prevalecerá sobre el anexo 1.

CLÁUSULA 38 - CÁLCULO DE LOS PERÍODOS Y PLAZOS

De conformidad con el Reglamento (CEE, Euratom) n.º 1182/71²⁷, los períodos expresados en días, meses o años se calcularán a partir del momento en el que sobrevenga el acontecimiento que los desencadene.

El día en el que sobreviene ese acontecimiento no se considerará incluido en el plazo.

Por «día» se entenderá día natural, no día laboral.

CLÁUSULA 39 - MODIFICACIONES

39.1 Condiciones

El Convenio podrá ser modificado, salvo si las modificaciones pudieran poner en cuestión la decisión de adjudicar la subvención o vulnerar el principio de igualdad de trato entre los solicitantes.

Las modificaciones podrán ser solicitadas por cualquiera de las Partes.

39.2 Procedimiento

La Parte que solicite la modificación deberá presentar una solicitud de modificación (véase la cláusula 36).

El coordinador presentará y recibirá las solicitudes de modificación en nombre de los beneficiarios (véase el anexo 3). Si se solicita un cambio de coordinador sin el acuerdo de este, la solicitud deberá presentarla otro beneficiario (en nombre de los demás beneficiarios).

La solicitud de modificación deberá incluir:

- las razones que la justifican,
- los documentos justificativos adecuados, y

²⁷ Reglamento (CEE, Euratom) n.º 1182/71 del Consejo, de 3 de junio de 1971, por el que se determinan las normas aplicables a los plazos, fechas y términos (DO L 124 de 8.6.1971, p. 1).



- en el caso del cambio de coordinador sin el acuerdo de este: la opinión del coordinador (o una prueba de que se solicitó dicha opinión por escrito).

La autoridad otorgante podrá requerir información adicional.

Si la Parte que recibe la solicitud está de acuerdo, deberá firmar la modificación dentro de los 45 días siguientes a la recepción de la notificación (o de cualquier información adicional que la autoridad otorgante haya solicitado). Si no lo está, deberá notificar oficialmente su desacuerdo en ese mismo plazo. El plazo podrá ampliarse si resulta necesario para evaluar la solicitud. Si no se recibe ninguna notificación en el plazo previsto, la solicitud se considerará desestimada.

Una modificación **entrará en vigor** el día en que la firme la Parte receptora.

Una modificación **surtirá efecto** el día en que entré en vigor o en la fecha que se especifique en ella.

CLÁUSULA 40 - ADHESIÓN E INCORPORACIÓN DE NUEVOS BENEFICIARIOS

40.1 Adhesión de los beneficiarios mencionados en el Preámbulo

Los beneficiarios que no sean coordinadores deberán adherirse a la subvención mediante la firma del formulario de adhesión (véase el anexo 3), en un plazo de 30 días a partir de la entrada en vigor del Convenio (véase la cláusula 44).

Asumirán los derechos y obligaciones derivados del Convenio con efecto a partir de la fecha de su entrada en vigor (véase la cláusula 44).

Si un beneficiario no se adhiere a la subvención en el plazo mencionado, el coordinador deberá solicitar, en un plazo de treinta días, una modificación (véase la cláusula 39) para poner fin a la participación del beneficiario e introducir los cambios necesarios para garantizar la correcta ejecución de la acción. Esto no afecta al derecho de la autoridad otorgante a poner fin a la subvención (véase la cláusula 32).

40.2 Incorporación de nuevos beneficiarios

No aplicable.

CLÁUSULA 41 - TRANSFERENCIA DEL CONVENIO

No aplicable.

CLÁUSULA 42 - CESIÓN A TERCEROS DE LAS SOLICITUDES DE PAGO A LA AUTORIDAD OTORGANTE

Los beneficiarios no podrán ceder a terceros ninguna de sus solicitudes de pago a la autoridad otorgante, salvo si esta lo aprueba expresamente por escrito sobre la base de una solicitud escrita motivada del coordinador (en nombre del beneficiario de que se trate).

Si la autoridad otorgante no ha aceptado la cesión o si no se observan sus condiciones, la cesión no tendrá ningún efecto sobre ella.

En ningún caso dicha cesión podrá liberar a los beneficiarios de sus obligaciones frente a la autoridad otorgante.



CLÁUSULA 43 - LEGISLACIÓN APLICABLE Y RESOLUCIÓN DE LITIGIOS

43.1 Legislación aplicable

El Convenio se regirá por el Derecho de la UE aplicable, completado en su caso por el Derecho nacional del Estado miembro de la autoridad otorgante.

43.2 Resolución de litigios

Si un litigio se refiere a la interpretación, aplicación o validez del Convenio, las Partes deberán acudir a los órganos jurisdiccionales competentes del Estado miembro de la autoridad otorgante.

CLÁUSULA 44 - ENTRADA EN VIGOR

El Convenio entrará en vigor el día de su firma por la autoridad otorgante o por el coordinador, si esta fecha es posterior.

FIRMAS

Por el coordinador

D. Ricardo Mosteo Langa
Presidente Gerente

Firmado por ****4681** RICARDO MOSTEO (R: ****1002*) el día 12/01/2026 con un certificado emitido por AC Representación

Hecho en Madrid.

Por la autoridad otorgante

Dña. Ana Rodríguez Castaño
Secretaria general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Hecho en Madrid.



ANEXO 1

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

- 1. Programa aprobado por la Comisión mediante la Decisión de Ejecución n.º C (2025) 7080 de 24.10.2025 de la Comisión sobre la selección de los programas simples en el marco de la promoción de los productos agrícolas para 2025.**
- 2. Respuestas al Informe de Evaluación de la Comisión.**
- 3. Cuadro presupuestario 101251216 — DOP-JdT-2025_Parte B_ Section 3.**





EL DESCRIPCIÓN TÉCNICA (PARTE B)

PROYECTO	
Nombre del proyecto:	DOP Jamón de Teruel. Marcado a frío con sello europeo de calidad
Acrónimo del proyecto:	DOP-JdT-2025
Contacto del coordinador:	Ricardo Mosteo Langa, presidente

ÍNDICE

DESCRIPCIÓN TÉCNICA (PARTE B)	1
RESUMEN DEL PROYECTO.....	2
1. PERTINENCIA.....	2
1.1 Contexto y objetivos generales	2
1.2 Análisis de mercado y objetivos específicos del proyecto.....	5
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	5
a) ESTRUCTURA DE MERCADO ESPAÑOL.....	5
b) JAMONES Y PALETAS CON SELLO DE CALIDAD EUROPEO	9
c) EL JAMÓN/PALETA DE TERUEL D.O.P. EN EL MERCADO ESPAÑOL	10
1.3.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	14
a) CONSUMO PER CÁPITA	14
b) PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	14
c) TENDENCIAS DE CONSUMO EN ESPAÑA	16
d) CONOCIMIENTO Y SENSIBILIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES SOBRE LAS DOP Y SU SELLO	17
1.2.3. DAFO.....	19
1.2.4. OBJETIVOS SMART	20
1.3 Complementariedad con otras acciones: dimensión UE.....	21
Campaña europea: denominaciones de origen de Europa, mucho más que un lugar	21
Campaña europea: DOP Jamón de Teruel, Marcado a frío.....	21
A. Divulgación sobre los estándares, calidad y seguridad alimentaria de la UE.....	22
B. Aumento del conocimiento sobre los productos europeos	23
I. MENSAJE EUROPEO	23
2. CALIDAD	24
2.1 Concepto y estrategia de acción	24
1.4.1. Público objetivo.....	24
1.4.2. Descripción y justificación herramientas de comunicación.....	24
2.2 Creación del consorcio.....	26
2.3 Equipos, personal y subcontratistas del proyecto	26
2.4 Gestión y toma de decisiones del consorcio.....	28
2.5 Gestión, control de calidad y seguimiento del proyecto: métodos de evaluación e indicadores del proyecto	28
A. mapping.....	29
2.6 Rentabilidad y gestión financiera.....	32
2.7 Gestión de riesgos	34
3. IMPACTO.....	34
3.1 Impacto y rendimiento previsto.....	35
3.2 Comunicación, difusión y visibilidad	38
3.3 Sostenibilidad y continuación	38
4. PLAN DE TRABAJO, PAQUETES DE TRABAJO, ACTIVIDADES, RECURSOS Y CALENDARIO	40
4.1 Plan de trabajo.....	40
4.2 Paquetes de trabajo, actividades, recursos y calendario	41
5. OTROS	67
5.1 Ética.....	67
5.2 Protección	67
6. DECLARACIONES	67
ANEXOS	68



#@APP-FORM-AGRIPSIMPLE@#

#@PRJ-SUM-PS@# [Este documento contiene etiquetas. No elimine las etiquetas; son necesarias para el procesamiento.]

RESUMEN DEL PROYECTO

Resumen del proyecto
Véase el campo de síntesis (Parte A del formulario de solicitud)

#§PRJ-SUM-PS§# #@REL-EVA-RE@# #@PRJ-OBJ-PO@#

1. PERTINENCIA

1.1 Contexto y objetivos generales

Contexto (organización u organizaciones proponentes y productos o planes objeto de la promoción) y objetivos generales <i>Describe el contexto y la justificación del proyecto y por qué es pertinente para los objetivos generales de la convocatoria. ¿Cómo aborda el proyecto los objetivos generales del Reglamento (UE) n.º 1144/2014 y los temas y prioridades de la convocatoria? ¿Cómo contribuye el proyecto a la ambición climática y medioambiental de la PAC?</i>
1.1.1. Entidad proponente El organismo proponente, el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Jamón de Teruel / Paleta de Teruel, presenta un proyecto para el desarrollo de un programa de acciones de información y promoción de productos agrícolas con Sello de Calidad D.O.P., de conformidad al Reglamento (UE) 1144/2014, en el marco de programa simple que se llevaría a cabo en España. Esta D.O.P. se sitúa en la región de Aragón (España) y ofrece productos de calidad diferenciada y certificada. Jamón de Teruel fue la primera La Denominación de Origen Protegida creada en España para amparar, controlar y garantizar la producción de jamones, en 1984. En la actualidad el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Jamón de Teruel está formado por 32 secaderos, 117 granjas, 20 salas de envasado, 6 mataderos, 7 salas de despiece y 6 fábricas de Pienso. Representa la mayor actividad productiva de la provincia de Teruel, con más de mil puestos de trabajo directos y otros mil indirectos, en una población activa de apenas 70.000 personas en toda la provincia.
1.1.2. Producto o regímenes que se van a promocionar Los productos de este programa son la paleta y el jamón de Denominación de Origen Protegida Teruel. Esta DOP es la única D.O.P de Jamón/Paleta de pata blanca en España, y una de las pocas europeas, lo que la hace única y singular.
1.1.3. Descripción contexto y adecuación de los objetivos generales Este programa se centrará en incrementar el conocimiento y la competitividad de las Denominaciones de Origen Protegidas de la Unión Europea en general y, la DOP Jamón/Paleta de Teruel en particular. Nuestra propuesta es un Programa AGRIP-SIMPLE-2025-IM-EU QS de información y de promoción, destinado a fomentar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión (Reglamento UE N° 1144/2014). Nuestro objetivo es incrementar el conocimiento y reconocimiento de los regímenes de calidad DOP de la Unión Europea, y aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas DOP, enfocándonos específicamente en jamones y paletas con DOP Teruel. Nuestro programa se concentrará en el mercado español, al ser el mercado principal y el más próximo al lugar de producción para la DOP Jamón/Paleta de Teruel y uno de los países con más bajo conocimiento del sello DOP (14% contra una media UE27 del 18%, según los datos del SPECIAL EUROBAROMETER 556, de 2024). Este desconocimiento supone una grave amenaza para la competitividad del Jamón/Paleta de Teruel DOP en su mercado interno. El objetivo específico de este proyecto es incrementar el conocimiento y reconocimiento de esta D.O.P. de la UE, ayudando a los consumidores a conocer las bondades de los productos agrícolas que llevan sellos europeos de calidad, no solo en cuanto a la calidad y garantía que suponen, sino también en lo que respecta a ejercer un consumo más responsable y sostenible, consumiendo productos de origen más



cercano y cuya producción tiene un impacto directo muy positivo en la dinamización del empleo local y las economías regionales de zonas agrícolas de España y la UE.

El resultado esperado es aumentar los niveles de reconocimiento del logotipo asociado a los regímenes de calidad de la Unión por los consumidores españoles, en particular el de la DOP Jamón/Paleta de Teruel, y fomentar con ello el consumo de alimentos locales y europeos identificados bajo estos regímenes de calidad en general, y del Jamón de Teruel DOP en particular, e incrementar su cuota de mercado frente a las alternativas sin sellos de calidad de la UE.

1.1.4. Contribución de proyecto a la ambición climática y medioambiental de la PAC y del Pacto Verde Europeo

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) establece tres pilares interdependientes de la sostenibilidad de los productos agrícolas, y que se refuerzan mutuamente: el económico, el social y el medioambiental, además de la gobernanza. Los productos agrícolas deben proporcionar seguridad alimentaria, trabajo decente, protección del medio ambiente y resiliencia. La UE, dentro de su estrategia “De la granja a la mesa”, busca crear un sistema alimentario más sostenible, en línea con el concepto establecido por la FAO: justo, saludable y respetuoso con el medio ambiente.

Este programa favorecerá la competitividad de los productores locales y la creación de valor añadido en términos de empleo rural, es decir en términos de sostenibilidad económica y social. Teruel es la segunda provincia menos poblada de España, con apenas 135.661 habitantes y una densidad poblacional de sólo 9 habitantes por kilómetro cuadrado, 10 veces más baja que la media española (94 habitantes/km²) y de la UE (109 habitantes/km²). El clima extremo y la falta de oportunidades expulsa a muchos jóvenes de Teruel a otras zonas de España con mayores perspectivas de inserción laboral. En los últimos 15 años, la provincia de Teruel ha perdido casi un 8% de su población total, pero esta dramática situación alcanza casi el 27% de pérdida de población en el caso de los jóvenes de entre 18 y 40 años. (datos del Instituto Nacional de Estadística).

Las D.O.P. tienen una **función social y económica** muy importante, porque contribuyen a **fixar la población rural**, creando oportunidades de trabajo sostenible que permiten a los jóvenes incorporarse al mercado laboral. Así, contribuyen a incrementar la riqueza económica de las zonas a las que pertenecen, ya que los ingresos generados se reinvierten en esas mismas zonas. En el caso específico de Teruel, nos encontramos ante una de las zonas que padece un mayor índice de despoblación y de envejecimiento de España, y de Europa ([más información](#)) como ya se indicó anteriormente. La provincia de Teruel ha perdido en un siglo la mitad de su población, al pasar de los 266.000 habitantes en 1910, su máximo histórico, a los 135.562 de 2018, (un 49% menos), mientras que, en el mismo periodo, España ha aumentado su población en un 129% (más del doble). Una de las consecuencias de este problema de despoblación es el envejecimiento, porque se van los más jóvenes. Se calcula que en alrededor de 22 municipios de Teruel no hay ningún menor de 18 años. Todos estos hechos hacen que el Jamón y Paleta de Teruel DOP, como dinamizador económico y social de la provincia, y como símbolo de orgullo para los turolenses, sea esencial en la región.

La producción del Jamón y Paleta de Teruel DOP es la mayor actividad económica de la provincia. Emplea, de forma directa e indirecta a cerca del 3% del total de la población activa de la provincia. Resulta un agente de cohesión social y económica indispensable para ofrecer a la población rural una actividad económica viable y sostenible, y mitigar así el drama del abandono rural que padece esta región.

La Estrategia “De la Granja a la Mesa”, del Pacto Verde Europeo, resalta la importancia de mantener el tejido social y económico de las zonas rurales. Este programa contribuirá a fortalecer la economía regional de Teruel y los modos de vida de las zonas rurales productoras.

El Jamón y la Paleta de Teruel DOP se elabora respetando el método tradicional, legado por generaciones de productores, conforme a los estándares de calidad de esta D.O.P., para garantizar la singularidad de este alimento europeo, la seguridad alimentaria, el trabajo decente y la protección del medioambiente, en sintonía con la definición de “sostenibilidad” que ofrece la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)

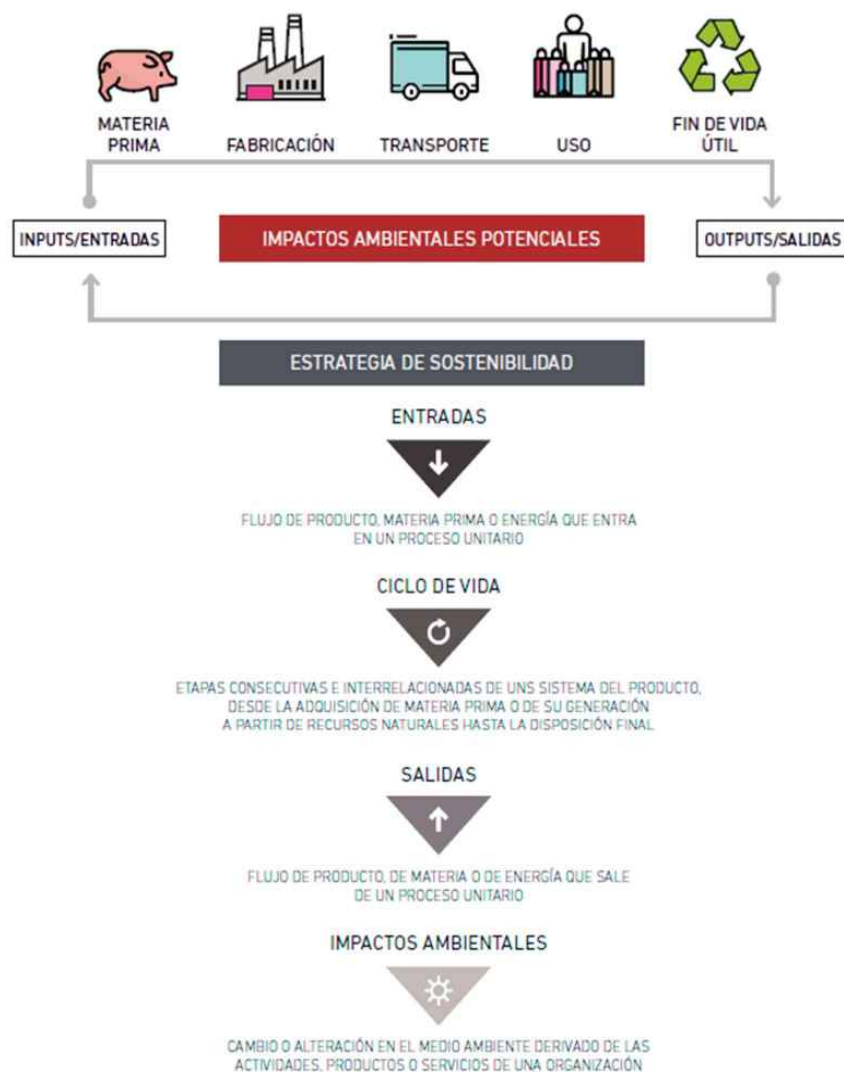
Además, la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel se ha convertido en un referente dentro del sector en términos de respeto medioambiental, como explicaremos a continuación.

La ambición climática y medioambiental del CR.D.O. Jamón y Paleta De Teruel:



La Denominación de Origen Protegida Jamón y Paleta de Teruel se ha caracterizado en los últimos años por su compromiso y ambición medioambiental, buscando un mayor cuidado del medio ambiente y una mayor resiliencia del sector y de su entorno en el futuro. El CRDO del Jamón/Paleta de Teruel ha integrado de una forma pionera la búsqueda de una mayor sostenibilidad de su producción, procesamiento y distribución, como una de las bases de su existencia. Gracias a esta visión, ha convertido esta búsqueda en una oportunidad de cambio y transición hacia una nueva forma de hacer negocios, al mismo tiempo que de proteger al medio ambiente para todas las empresas que la conforman. Una visión que está totalmente alineada con la ambición climática y medioambiental de la UE. Además, las empresas ganaderas de la DOP Jamón/ Paleta de Teruel tienen un firme compromiso con el bienestar animal. El año 2024, un 83% de los cerdos destinados a la DOP se criaron bajo el sello de *Welfare Quality*, y el 34% con sello PLA (Producción Libre de Antibióticos). Para los próximos años se espera que estos porcentajes continúen aumentando con el objetivo a medio plazo de alcanzar el 100%.

Además, en el año 2020, la DOP Jamón y Paleta de Teruel se convirtió en la primera D.O.P. española en analizar el ciclo de vida de sus productos y comprometerse con la consecución de la huella de carbono cero. A través del análisis se está implantando una estrategia de sostenibilidad basada en criterios e indicadores medibles, como la huella de carbono, huella del agua y huella ambiental. Con esta estrategia el CRDO Jamón y Paleta de Teruel espera contribuir a la ambición climática y medioambiental de la UE, así como con las metas de Agenda 2030-ODS, los retos de la Bioeconomía en Aragón y en España, la urgente necesidad de aumentar la sostenibilidad y la resiliencia de las empresas al cambio climático, y, en general, a un cambio de paradigma en el sector hacia una completa sostenibilidad.



Objetivos medioambiental es 	• Mitigación/Adaptación al Cambio Climático • Conservación y uso sostenible del suelo y los recursos naturales • Preservación de la biodiversidad • Conservación de: • Semillas poco comunes • Razas y variedades poco comunes	Como consecuencia de este análisis de ciclo de vida implementado, el CRDO Jamón y Paleta de Teruel está trabajando actualmente en la confección y publicación de la primera Memoria de Sostenibilidad del Jamón y Paleta de Teruel DOP, abordando los indicadores de impacto y las estrategias en sostenibilidad social, económica, medioambiental, además de las actuaciones en materia de gobernanza e innovación.
Objetivos sociales 	• Mejora de las condiciones de trabajo y empleo • Promoción del relevo generacional atrayendo y apoyando: • Jóvenes productores • Nuevos productores amparados	Una iniciativa que cristaliza el compromiso de toda la DOP con la transparencia y la mejora continua en los indicadores de sostenibilidad de su actividad productiva.
Objetivos económicos 	• Garantía de una renta estable y justa • Redistribución del valor añadido a lo largo de la cadena de valor, diversificando la economía rural y al desarrollo local	

1.2 Análisis de mercado y objetivos específicos del proyecto

Análisis de mercado y objetivos específicos

Describe cómo se basan los objetivos del proyecto en un análisis de mercado. ¿Qué problema/reto/brecha pretende abordar el proyecto? En el análisis de mercado debe incluirse un análisis DAFO por país destinatario. Los objetivos del proyecto deben ser claros, específicos, mensurables, realistas y realizables (SMART) durante todo el proyecto. En la sección 2.6 deberán definirse indicadores de impacto adecuados para medir la consecución de cada objetivo (incluidos el valor base de referencia y el valor objetivo).

ANÁLISIS DE LA OFERTA

A) ESTRUCTURA DE MERCADO ESPAÑOL

I. Producción de jamón y paleta curados en España.

La producción española de elaborados cárnicos en 2023 ascendió a 1,48 millones de toneladas, situando a España en el cuarto lugar de la Unión Europea en esta categoría, por detrás de Alemania, Italia y Francia. Entre los elaborados cárnicos, los embutidos cocidos son la categoría de mayor producción en España, con un total de 442.935 toneladas producidas en 2023. Le siguen los jamones y paletas curados (300.300 toneladas), los embutidos curados (223.488 toneladas) y los jamones y paletas cocidos (182.225 toneladas). ([Mercasa](#)) El sector porcino concentra la mayor parte de los elaborados cárnicos en España (seguido por el pollo y el pavo), que se producen mayormente en pequeñas y medianas empresas de carácter artesanal. Se estima que hay, en España, unas 3.300 empresas dedicadas a estos productos. En cuanto a la producción de jamones y paletas curados, atesora una gran tradición, además de un proceso de elaboración particular y único que varía significativamente dependiendo de la zona de producción, las condiciones del entorno y la raza del cerdo, entre otras cosas. En 2023, se produjeron en España 300.300 toneladas de jamones/paletas curadas (-2,8% vs. 2022), lo que corresponde al 20,3% del total del volumen de elaborados cárnicos ([Mercasa](#)). En España los jamones/paletas curadas se clasifican, según la raza del cerdo, como ibéricos o blancos, correspondiendo la mayor parte de la producción a los blancos. Jamón de Teruel / Paleta de Teruel D.O.P. pertenece a la categoría de jamones/paletas blancos.

Tabla. Diferentes tipos de Jamón curado producidos en España. Elaboración propia.



	Jamón de Cerdo Blanco	Jamón de Cerdo Ibérico
% Producción	>90%	<10%
Origen racial del cerdo	Normalmente Duroc, Pietrain, Landrace o Large White	Ibérico, que puede tener cruces con otras razas
La alimentación del cerdo	Piensos elaborados mayoritariamente con cereales	Piensos elaborados mayoritariamente con cereales. Se combina en algunos casos con alimentación natural en montanera
La curación del jamón	Existe Jamón Curado con pocos meses de curación (a partir de 4 meses, sin certificación) y otros, como: - Jamón de Teruel DOP: mínimo 14 meses - Jamón Serrano E.T.G.: mínima 7 meses	Mínimo 14 meses

II. Exportaciones de jamón y paleta curados.

España es un país claramente exportador de jamón/paleta curados. En 2024, las exportaciones de jamones y paletas españoles alcanzaron las 66.175 toneladas y 771 millones de euros, alrededor de un 22 % del total de la producción. Los principales mercados de destino del jamón/paleta curado español son Francia (12.626 t), Alemania (11.504 t), Portugal (7.777 t), Italia (4.072 t), EEUU (3.062 t) y México (2.644 t). En 2024, la UE recibió el 90% del total de estas exportaciones de jamón/paleta curado español. Sin embargo, es muy destacable el avance de EEUU y México que este último año aumentaron un 35% y un 40% respectivamente sus importaciones de este producto español. (Datos de UN COMTRADE, incluye TARIC 02.10.11 y 02.10.19.81)

Tabla: Exportaciones Españolas de Jamones y Paletas Curados (incluye TARIC 02.10.11 y 02.10.19.81).
Elaboración propia con datos de UN COMTRADE y Eurostat

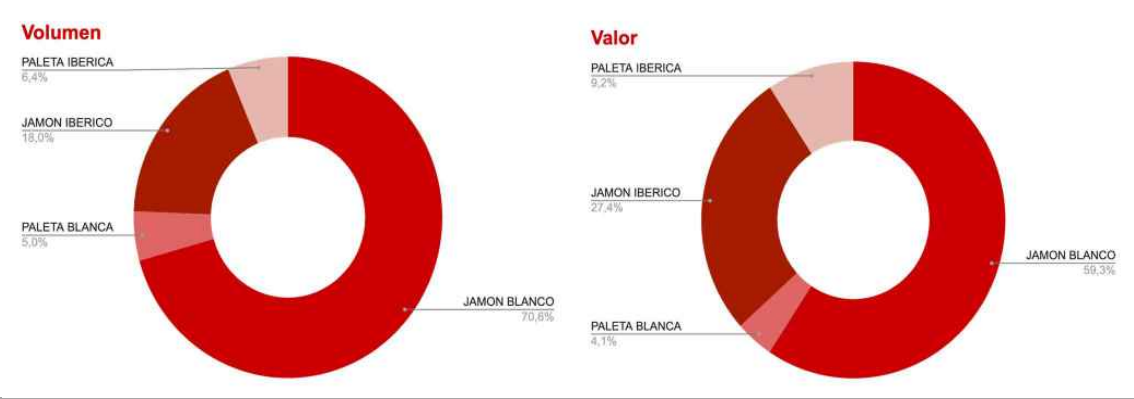
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Volumen (t)	42.895	45.062	48.761	54.976	52.296	50.641	57.866	62.540	65.311	66.175
Valor (miles de €)	393.036	404.058	432.591	472.288	481.237	487.855	565.673	640.699	707.817	770.951
Precio medio (€/KG)	9,16	8,97	8,87	8,59	9,20	9,63	9,78	10,24	10,84	11,65

III. Ventas de jamón y paleta curado en España.

Según los datos del MAPA, en España se vendieron en 2023 89.669 toneladas de jamón y paleta curado, de las que casi el 93% fueron para su consumo en el hogar. El valor de las ventas para el jamón y paleta curado para consumo en el hogar alcanzó 1.551 millones de euros.

Respecto al total de las ventas de carne transformada en España, el jamón/paleta curados supone un 17,4% en volumen y un 29,3% en valor. Es decir que, con respecto a su categoría, su cuota de valor casi duplica su cuota en volumen, lo que indica que es un producto que se ubica en la franja alta de precios y valor percibido de su categoría.

Cerca del 76% del jamón y paleta consumido en los hogares españoles en 2023 corresponde a jamón/paleta de cerdo blanco, mientras que el restante 24% es jamón y paleta de cerdo ibérico.



El consumo total de transformados cárnicos se ha reducido en España un -2% en volumen 2023 vs. 2022, pero ha aumentado un 8% en valor. En el caso del jamón/paleta curado, ha presentado la misma disminución en volumen (-2%), con un aumento en valor del +7%. En el caso más específico del jamón y la paleta de cerdo blanco, esta diferencia ha sido de un -4% en el volumen y un +5% en el valor. Tradicionalmente la demanda se eleva considerablemente en el mes de diciembre y los precios experimentan un ascenso en esta época ([MAPA, Consumo Alimentario en Hogares 2023](#)).

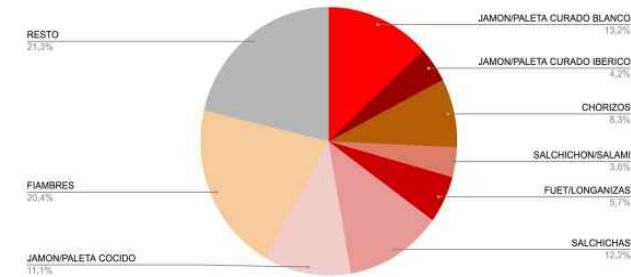


Gráfico: Volumen compras para el hogar de carne transformada (%) 2023. Elaboración propia con datos del MAPA.

Fuera del hogar. En 2023, las ventas de jamón y paleta curado en la restauración sumaron 6.540 toneladas ([MAPA, Consumo Alimentario Extradoméstico 2023](#)). El jamón/paleta curado supone un 22% del consumo total fuera del hogar de carnes transformadas. Según los datos de [Mercasa](#), el jamón curado es consumido fuera del hogar por el 46,7% de la

población española de entre 15 y 75 años, que consumen de media unas 7,3 consumiciones y 0,40 kgs. per cápita al año.

IV. Posición de mercado de los operadores de la UE, y de fuera de la UE.

El jamón curado es un producto de gran tradición en algunos países del suroeste de Europa: España, Portugal, Francia e Italia. Actualmente no existen países que ejerzan una competencia real en este tipo de productos desde fuera de la UE, siendo el principal origen de las importaciones españolas de jamones curados Alemania, Italia, Portugal, Hungría y Polonia. En cualquier caso, el peso de estas importaciones sobre el total de las ventas nacionales es apenas del 5%.

Dentro de la UE, cada país tiene una tradición y elaboración propia respecto al jamón curado, y el producto final, así como los gustos del consumidor, son muy diferentes en cada zona. En general, el jamón de origen español tiene un proceso de curación más largo, que le otorga una menor humedad, una textura consistente y un sabor intenso. España es el primer productor mundial de jamón y paleta curados, por lo que su producción satisface ampliamente el mercado interno y apenas necesita importar una pequeña cantidad (el equivalente al 2% de su producción) para el mercado interno. El jamón curado importado por España suele estar dirigido a cubrir las franjas más bajas en precio, y la parte menos exigente de la demanda. Son, en su mayoría, productos sin sello de calidad europeo, que entran al mercado con un precio por kilogramo muy bajo y contribuyen a tensionar los precios, especialmente en el rango bajo del mercado, acentuando la agresiva guerra de precios existente.

Tabla: Importaciones Españolas de Jamones y Paletas Curados (TARIC 02.10.11 y 02.10.19.81). Elaboración propia, datos UN COMTRADE.

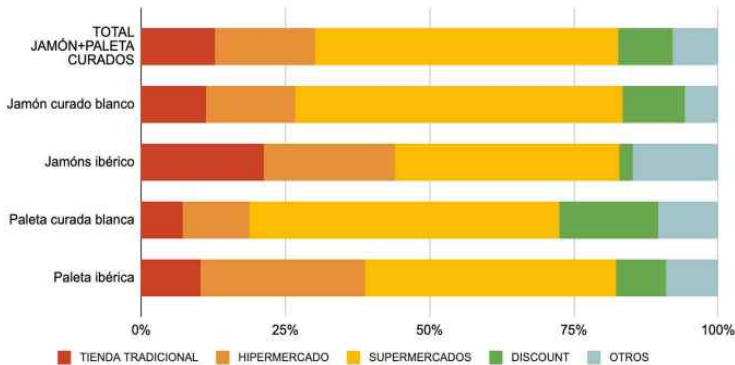
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Volumen (t)	3.367	3.438	2.991	6.102	5.169	4.992	5.613	4.322	4.618	5.734
Valor (miles de €)	19.707	16.744	15.961	21.682	19.182	17.994	21.525	18.426	23.852	29.198
Precio medio (€/KG)	5,85	4,87	5,34	3,55	3,71	3,60	3,83	4,26	5,17	5,09

V. Estructura y funcionamiento de los canales minoristas y de distribución en España

El principal canal para la adquisición de jamón/paleta curados es la **distribución organizada** (supermercados, hipermercados y *discounts*), especialmente en jamón blanco, como el Jamón/Paleta de Teruel DOP. En el jamón ibérico, gana peso el comercio especializado, y otros canales (como internet y la compra directa al productor). La distribución organizada acumula el **83%** del volumen de las ventas para consumo en el hogar, con una gran predominancia de los supermercados y autoservicios de pequeña y mediana superficie, que concentran más de la mitad (52,54%) de las ventas de jamón y paleta curados en España. Estos supermercados y autoservicios han experimentado en los últimos años un destacado aumento en su cuota de mercado para el jamón y paleta curados, ganando 4 puntos porcentuales (casi un 10% de incremento) desde 2021, cuando representaban el 48,58% de las ventas. ([MAPA, Consumo Alimentario en Hogares 2023](#))



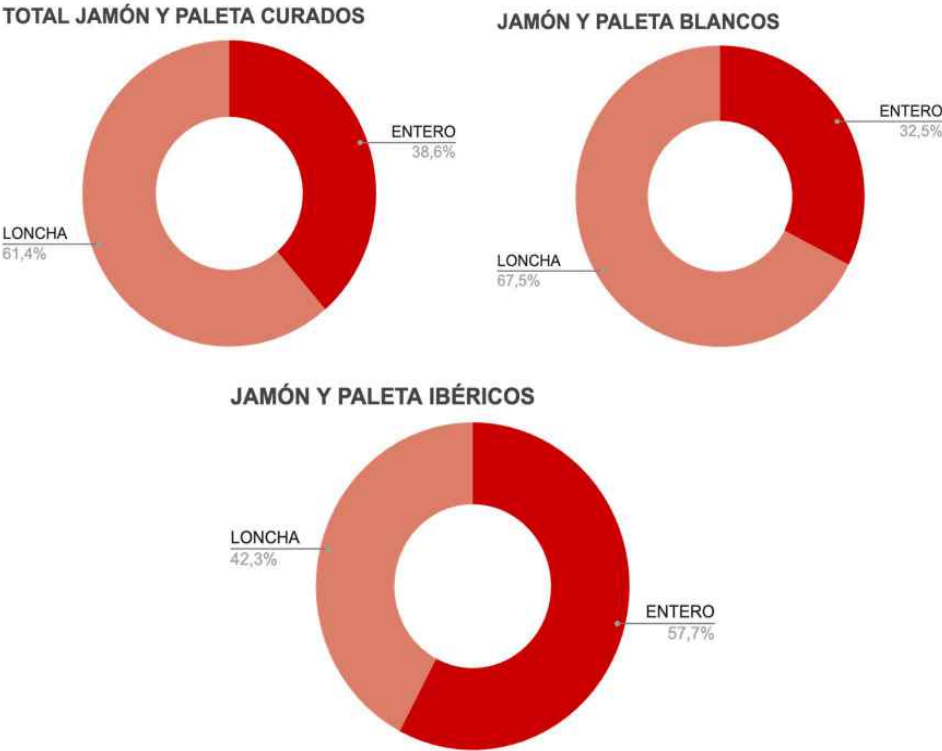
Gráfico: % Volumen por Canal de Ventas de Consumo en el Hogar. Elaboración propia con datos del Panel de Consumo MAPA 2023.



Fruto de este protagonismo absoluto de la distribución organizada como canal de venta, **las marcas de distribuidor (MDD)** han alcanzado una gran importancia, y acaparan casi un 55% de la cuota en los jamones curados en este canal, según los datos de Circana y Alimarket.

El formato más frecuente de venta de jamón y paleta curadas es en lonchas, y representa alrededor del 61% del total del volumen. Sin embargo, en el caso del ibérico, el formato de venta más común es por piezas o entero. ([MAPA, Consumo Alimentario en Hogares 2023](#))

Gráfico: Volumen de ventas por formato según el jamón/paleta curado. Elaboración propia con datos del Panel de Consumo MAPA 2023.



En cuanto al canal HORECA, que representa cerca del 7,3% de las ventas totales de jamón y paleta curado en España, muestra en 2023 un retroceso del -4,6% en el consumo de este producto respecto a 2022. Aún así, el jamón curado supone el 29% del volumen total de los transformados cárnicos vendidos en este canal.



INFORME DE FIRMA, no sustituye al documento original | C.S.V. : GEN-42db-0dff-6f63-e82a-2d55-4402-60d8-e6e7 | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección: https://run.gob.es/hsbIF8yLcR

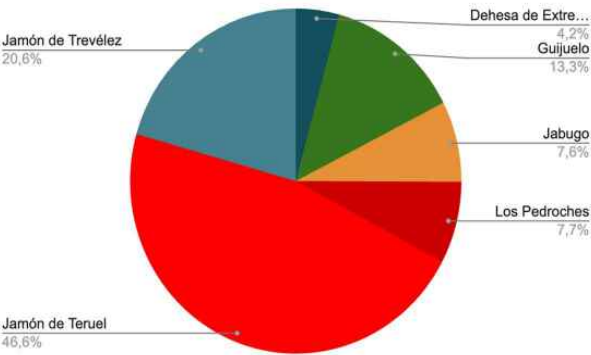
B) JAMONES Y PALETAS CON SELLO DE CALIDAD EUROPEO

I. Producción jamones y paletas curados con sellos de calidad en España.

En España hay ocho jamones curados con figuras de calidad de la UE, que amparan tanto la producción de cerdo blanco, como la de ibérico. Cinco son denominaciones de origen protegidas: la DOP Jamón de Teruel (la única DOP de cerdo blanco), la DOP Dehesa de Extremadura; la DOP Guijuelo, la DOP Jabugo, la DOP Los Pedroches. También están reconocidas las producciones certificadas de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Jamón de Trevélez y de la IGP Jamón de Serón y la Especialidad Tradicional Garantizada (ETG) Jamón Serrano.

Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), del total de jamones y paletas producidos en España, solamente 7.970 toneladas corresponden a jamones y paletas con sello de calidad DOP/IGP: un 2,6% del total. Esta cifra contrasta mucho con las aproximadamente 150.000 toneladas que se producen de Jamón Serrano ETG.

Producción estimada (t) jamón/paleta curados con DOP/IGP en España



La D.O.P. Jamón de Teruel / Paleta de Teruel ha sido tradicionalmente el líder en el sector de jamón curado con D.O.P. en España. Es el principal productor español de jamón y paleta DOP, con aproximadamente un 41% del volumen de jamones y un 59% de paletas DOP/IGP en 2023, y es el único jamón blanco con este sello de calidad europeo. (Informe D.O.P., I.G.P. y E.T.G. 2023 - MAPA, 2024). Fruto de su buen hacer, en 2024 esta DOP alcanzó unas ventas estimadas según su valor de mercado en 38.437.187 €, un +41,7% vs. 2023 (CRDO).

Producción DOP/IGP Jamón en España 2023. Elaboración propia basada en datos MAPA, 2024.

DOP / IGP	Piezas producidas		Peso medio por pieza (kg)		Producción estimada (t)	
	Jamones	Paletas	Jamones	Paletas	Jamones	Paletas
Dehesa de Extremadura DOP (ibérico)	27.767	27.778	7,6	4,54	211,03	126,11
Guijuelo DOP (ibérico)	75.704	75.496	8,7	5,3	658,62	400,13
Jabugo DOP (ibérico)	46.264	46.689	8	5	370,11	233,45
Los Pedroches DOP (ibérico)	47.151	47.172	8	5	377,21	235,86
Jamón de Teruel DOP (blanco)	270.728	257.946	8,5	5,5	2.301,19	1.418,70
Jamón de Trevélez IGP (blanco)	203.858		8,06		1.643,10	0,00
Total	671.472	455.081			5.561	2.414

II. Principales competidores

En el mercado español encontramos competidores de jamón blanco y de jamón ibérico. El jamón/paleta blanco representa el 76% del volumen en el mercado español, y el jamón y paleta ibérico, alrededor del 24% del volumen, aunque en valor, los pesos cambian significativamente, con un 63% del valor para el jamón/paleta blanco y un 37% para el ibérico. La diferencia se explica porque el precio medio del jamón ibérico (28,36€ en 2023) casi duplica el del jamón blanco (15,66 € en 2023). (MAPA, Consumo Alimentario en Hogares 2023)

- **JAMONES BLANCOS SIN SELLO DOP:** Jamón de Teruel / Paleta de Teruel D.O.P. pertenece a la categoría de jamón blanco y es el único de esta categoría que está calificado como Denominación de Origen Protegida. Ofrece un producto de mayor calidad y singularidad, pero se enfrenta en esta categoría a una agresiva competencia de precios, ya que otros competidores de jamón blanco tienen productos de menor curación, a partir de 4 meses, mientras que Jamón de Teruel / Paleta de Teruel D.O.P. se cura, como mínimo, 14 meses,



lo que supone un gran reto logístico y estratégico, al tener menos capacidad de reacción a los cambios inesperados del mercado.

Dentro de este grupo, hay que destacar especialmente el Jamón Serrano ETG. Todavía existe en España un gran desconocimiento sobre los esquemas de calidad de la UE y la diferenciación entre los distintos sellos. La norma del Jamón Serrano es mucho menos estricta, su producción es mucho más masiva (sobre unas 150 mil toneladas al año, casi 50 veces más que el Jamón de Teruel DOP) que se producen en toda la geografía española, la mayor parte por grandes industrias. El consumidor distingue fácilmente y sabe apreciar las diferencias entre el jamón blanco y jamón ibérico, pero no tiene tan clara la diferencia entre esta ETG y el Jamón de Teruel DOP, ambos productos reconocidos con sellos de calidad europeos, pero con enormes diferencias entre sí.

- **JAMONES CURADOS EN TERUEL, QUE NO SON D.O.P.:** Los jamones curados en Teruel que no son D.O.P. se están aprovechando de la buena imagen y dañando al Jamón/Paleta de Teruel D.O.P., porque no tienen la calidad diferenciada y el precio, su principal argumento de venta, es muy inferior al de la D.O.P. Hay que destacar que, de los 5 millones de jamones que se curan en secaderos de Teruel, alrededor de un 7% son jamón de Teruel DOP. Hay comercios que aprovechan la buena imagen del Jamón de Teruel D.O.P. para vender como tales los jamones que no están certificados con por la DOP, creando confusión en el consumidor.
- **JAMONES IBÉRICOS:** Por último, las marcas de jamón ibérico, en el ámbito mediático y de comunicación se han “adueñado” del concepto de gran calidad y prestigio. En esta categoría están tanto los competidores D.O.P. (como por ejemplo Jamón de Dehesa de Extremadura D.O.P.) como **muchos de producción industrial**. Hasta ahora cualquier crisis, de reputación o de producción, que ha padecido el jamón ibérico, ha repercutido en el jamón blanco, como el de Teruel DOP. En los últimos años, desde 2007, el aumento de la producción de cerdos ibéricos, principalmente en condiciones intensivas (ibérico “de cebo”), está dando lugar a una situación de sobreoferta y desequilibrio del mercado, y ocasionando una **presión a la baja de los precios**, especialmente en el rango alto de los jamones de cerdo blanco, como es el caso del Jamón de Teruel DOP.

C) EL JAMÓN/PALETA DE TERUEL D.O.P. EN EL MERCADO ESPAÑOL

Producción y Ventas

En 2024, el CRDOP Jamón y Paleta de Teruel registró un 27% más de jamones y un 4% más de paletas que en 2023. La producción en curado de Jamón y Paleta de Teruel DOP creció, en número de piezas totales, un 14,85% respecto a 2023, pasando de un total de 394.462 (186.759 jamones y 207.703 paletas) en 2023, a 453.029 (237.566 jamones y 215.463 paletas) en 2024. **En volumen, esto supone unas 3.097 toneladas de Jamón y Paleta de Teruel DOP, por un valor total estimado de 38,5 millones de euros.**

Tabla: Producción de Jamón y Paleta de Teruel DOP en piezas, volumen y valor estimado
Fuente: CRDOP Jamón de Teruel

AÑO	JAMONES			PALETAS			JAMONES + PALETAS		
	PIEZAS	VOLUMEN (kg)	VALOR	PIEZAS	VOLUMEN (kg)	VALOR	PIEZAS	VOLUMEN (kg)	VALOR
2020	349.161	2.967.869	26.710.817€	133.447	667.235	3.669.792,50€	482.608	3.635.104	30.380.609€
2021	278.474	2.367.029	22.486.776€	169.986	849.930	4.674.615,00€	448.460	3.216.959	27.161.391€
2022	286.378	2.434.213	24.342.130€	194.874	974.370	5.846.220,00€	481.252	3.408.583	30.188.350€
2023	186.759	1.587.452	19.843.144€	207.703	1.038.515	7.269.605,00€	394.462	2.625.967	27.112.749€
2024	237.566	2.019.311	29.280.010€	215.463	1.077.315	9.157.177,50€	453.029	3.096.626	38.437.187€

Aunque el incremento en volumen producido en 2024 fue de casi el 18%, en valor estimado, 2024 registró un incremento del 41,8% frente al año anterior, debido al incremento en el precio medio por kg, tanto del jamón (de 12,50€ a 14,50€), como en la paleta (de 7€ a 8,50€).





	Jamón		Paleta		Total Jamón + Paleta	
	Vol (t)	Valor (miles €)	Vol (t)	Valor (miles €)	Vol (t)	Valor (miles €)
Producción	1.587	19.843	1.039	7.270€	2.626	27.113
Exportación	79	992	52	363	131	1.356
Vendidas en España	1.508	18.851	987	6.906	2.495	25.757
Valor de mercado		26.957		9.876		36.833
Consumo Esp. (total)	73.708,58	1.344.656	9.420,69	206.283	83.129,27	1.550.939
Cuota	2,05%	2,00%	10,47%	4,79%	3,00%	2,37%

Posición competitiva de la D.O.P Jamón Y Paleta De Teruel

La Denominación de Origen Protegida “Jamón De Teruel” / “Paleta De Teruel” fue creada en 1984, siendo la primera **Denominación de Origen de Jamón en España, y la tercera del mundo**. Tiene entre sus funciones la promoción nacional e internacional del Jamón de Teruel y Paleta de Teruel. En marzo de 1997 la Unión Europea incluyó el Jamón de Teruel en una lista de 318 productos protegidos por su especial calidad, entre los que figuraban 36 productos españoles.

Actualmente, sigue siendo una DOP pionera que apuesta por su futuro y el de su entorno. Como hemos comentado anteriormente, ha sido la primera D.O.P. de España en hacer un **Análisis del Ciclo de Vida** de sus productos para calcular, de forma objetiva, metódica, sistemática y científica, el impacto medioambiental originado por un producto durante su ciclo de vida completo, y poder plantear un plan que permita mejorar la sostenibilidad del sector hasta llegar, en un futuro, a un impacto neutro en carbono, fruto del compromiso con la sostenibilidad del planeta de la DOP Jamón y Paleta de Teruel (CRDO).

Tras muchos años de trabajo, ha pasado a ser una **marca de reconocido prestigio** en el mercado cárnico nacional y también, crecientemente, a nivel internacional. La estrella de ocho puntas grabada a fuego en el propio jamón junto a la palabra “Teruel” es el reconocimiento de la calidad, junto con el mantenimiento de la pezuña en la pieza de jamón y la vitola de la D.O.P. estrictamente numerada. Identificamos el cerdo del que procede, la granja en la que fue criado, el matadero donde se sacrificó y el secadero en el que se curó el jamón, entre otros datos. Solamente estos jamones pueden emplear el nombre **“Teruel”**.

La D.O.P. de Jamón de Teruel / Paleta de Teruel se caracteriza por tener un **producto equilibrado**, con un sabor delicado, con una buena infiltración de grasa y una tonalidad rojiza y brillante. Su **curación mínima es de 14 meses. Las características climáticas de la provincia son ideales para el proceso de curación natural del jamón y le confiere un sabor singular, único e inimitable.**

El producto posee, una vez curado, unas excelentes características: forma alargada, perfilada y redondeada en los bordes, peso superior a 7 kilos, color rojizo bajo la corteza, aspecto brillante al corte, grasa infiltrada en el músculo que aparece untuosa, brillante, de color blanco amarillento y sabor agradable, al igual que su carne de gusto delicado y poco salada, con buena infiltración de grasa, lo que hace que ésta no esté acumulada en un extremo de la loncha. **Es un producto que se derrite en el paladar.**

Ventajas competitivas del Jamón De Teruel D.O.P.

La Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) es uno de los signos oficiales de calidad establecidos por la Unión Europea, y el más exigente respecto al origen de los productos. El objetivo de las D.O.P. es contribuir a la defensa de la calidad de los productos que se cultivan en una tierra específica, dar información al consumidor y proteger a estos productos contra la posible competencia desleal de los productos de imitación.



Las Denominaciones de Origen Protegidas se basan en Pliegos de Condiciones que definen y garantizan la zona geográfica de producción, las especificaciones del producto, normas de producción y envasado, trazabilidad, etc., y garantizan la supervisión de sus productos y materias primas a través de estrictos controles de calidad por parte de las entidades de certificación.

Jamón de Teruel D.O.P. ofrece productos agroalimentarios de calidad diferenciada y certificada, con un alto valor añadido en el mercado. **Su esencia es la puesta en valor de sus productos**, garantizando la calidad y la supervivencia del territorio, el cuidado de su entorno y la elaboración de productos que son embajadores de Teruel allá donde van. Los ganaderos, secaderos, y la inmensa cadena de puestos cualificados que requiere toda la cadena necesaria desde las granjas hasta la comercialización de esta D.O.P. potencian un desarrollo sostenible, que reflejan, protegen y comparten la cultura de su procedencia, y la descubren en cada lugar del mundo donde se venden. Y es que el argumento principal que tienen los Consejos Reguladores de las D.O.P. para competir en el mercado contra los productos sin calidad controlada, ni certificada, pero con agresivas políticas de precios mucho más bajos, es **defender la calidad y la diferenciación de sus productos.**



El Jamón de Teruel D.O.P. es un producto que forma parte de la dieta mediterránea y que se consume en la vida cotidiana y en las grandes celebraciones que comparten quienes los toman disfrutando su calidad y su diferenciación. En resumen, ofrece las siguientes **ventajas competitivas**:

- **Calidad del producto (sabor y nutrición):** Jamón de Teruel D.O.P. es la única D.O.P. de jamón de pata blanca. Tiene una curación mínima de 14 meses y 9 meses para la paleta. Las características climáticas de la región (en especial el frío) son ideales para el proceso de curación natural del jamón y le confiere un sabor singular, único e inimitable. Gracias al clima de Teruel, se curan con frío y con menos sal que el resto de jamones, lo que da como resultado a un producto con mayor contenido en ácidos oleicos (grasas saludables) y bajo contenido en sal.
- **Garantía de origen:** ligada a Teruel y su provincia. Una identidad original, auténtica y memorable. Otra característica diferenciadora con respecto a una IGP es que todo el proceso productivo (crianza, sacrificio, secadero, etc.) transcurre dentro de la provincia de Teruel convirtiéndose en el eje vertebrador del territorio.
- **Garantía de control y trazabilidad:** certificación de producto acreditada por ENAC (EN ISO/IEC 17065:2012).
- **Apuesta por la sostenibilidad** del medio rural, social y natural de su territorio: La D.O. Jamón y Paleta de Teruel constituye una vertebración territorial y económica fundamental en su área. En la D.O.P. Jamón de Teruel, cuyos municipios presentan una muy baja densidad de población, la relación de productores, secaderos y ganaderos con la D.O supone un motor económico y social vital para el territorio.
- Esta DOP contribuye al **desarrollo rural y a la conservación de métodos tradicionales** en todo el proceso (ganadería, alimentación, sacrificio y despiece).
- **Compromiso con el medio ambiente** (la primera DOP en analizar en Ciclo de Vida de sus productos y establecer un plan de mejora), y con el **bienestar animal**: en el año 2024, un 83% de los cerdos destinados a la DOP se criaron bajo el sello de *Welfare Quality*, y el 34% con sello PLA (Producción Libre de Antibióticos). Para los próximos años se espera que estos porcentajes continúen aumentando.

La DOP Jamón y Paleta de Teruel cuenta con:

- **Personas:** Por parte de la D.O.P. de Jamón de Teruel son 1.000 empleos directos, más de 2.000 si tenemos en cuenta los empleos indirectos. Las señas de identidad basadas en el territorio y en sus características de las que nace la alta calidad de sus productos, garantizan la permanencia de sus industrias y la de miles de personas y familias que pueden permanecer en su tierra y creando productos únicos con un sello de calidad certificada.
- **Medio Rural:** 89 poblaciones pertenecen al Jamón de Teruel D.O.P. (de 236 de la provincia de Teruel).
- **“Saber hacer”**, historia y tradición: Desde 1984, ofrece productos con la mayor calidad y tradición.
- **Liderazgo y calidad:** Jamón de Teruel D.O.P. es líder en producción de jamones con D.O.P., con el 42% del total de volumen de Productos Agroalimentarios y es la única D.O.P. de jamón blanco. Destaca, entre sus características más importantes, que tiene una curación mínima de 14 meses. También el menor uso de sal en su curación, gracias a las condiciones únicas de curación para el jamón en Teruel. (fuente: Pliego condiciones DOP jamón en España, ETG serrano e IGP Trévez)

Amplia oferta: Jamón de Teruel D.O.P. ofrece una gama de productos y formatos adaptados a las necesidades de los consumidores.

Reto al que se enfrenta Jamón De Teruel D.O.P

En toda Europa, el problema fundamental de las Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.) es su falta de conocimiento entre los consumidores y responsables de la compra, ya que la mayoría no conoce el sello DOP. Por tanto, **el reto es conseguir incrementar el grado de conocimiento del Sello de Calidad D.O.P. por parte del consumidor** a través de una estrategia de comunicación que potencie el mensaje que una D.O.P. es mucho más que un Origen, y potencie la asociación a producto de calidad (*Estudio de Mercado ad-hoc para Jamón de Teruel DOP, GFK, 2024*). De esta manera se convertirá en valor para el consumidor, un valor que lleva asociada a esta calidad, un plus de confianza y tranquilidad para él.

Es muy importante que **el consumidor conozca y reconozca lo que es una D.O.P.**, sus características, lo que hay detrás de ella, los controles de calidad, la garantía, sus gentes y el territorio. De esta forma, valorará más el producto amparado por una D.O.P., y lo sabrá diferenciar en el momento de escoger entre varias opciones. **Aumentando el grado de conocimiento y reconocimiento del jamón y paleta de Teruel D.O.P., también elevaremos la competitividad y el consumo del producto.**

En nuestro caso, debemos conseguir que el consumidor actual de jamones industriales y otros jamones curados blancos, sin sello DOP, mucho más económicos, nos perciba como de mayor calidad y encuentre **razones para elegir el Jamón y Paleta de Teruel DOP.**



1.3.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

A) CONSUMO PER CÁPITA

El consumo anual per cápita de jamón/paleta en España en 2023 fue de **1,8 kg (-1,6% vs. 2022)** en el hogar, y 0,19 kg fuera del hogar (-5,8% vs. 2022). Se aprecia, desde 2018, una tendencia bajista en el consumo de jamón y paleta blanco, que ha perdido casi una cuarta parte de su consumo desde 2018 y arrastra a la baja el consumo general de jamón y paleta, a pesar de que el ibérico presenta un notable aumento desde 2018 (+37,5%).

Tabla: Consumo per cápita de jamón y paleta curados en España (Kg/persona/año). *Elaboración propia con datos del MAPA*

	Consumo en el hogar		Consumo fuera del hogar		Total consumo
	KG / pers. /año	%	KG / pers. /año	%	
TOTAL JAMÓN Y PALETA CURADO	1,8	90,45%	0,19	9,55%	1,99
Jamón y Paleta Blanco	1,36	90,07%	0,15	9,93%	1,51
Jamón y Paleta Ibérico	0,44	91,67%	0,04	8,33%	0,48

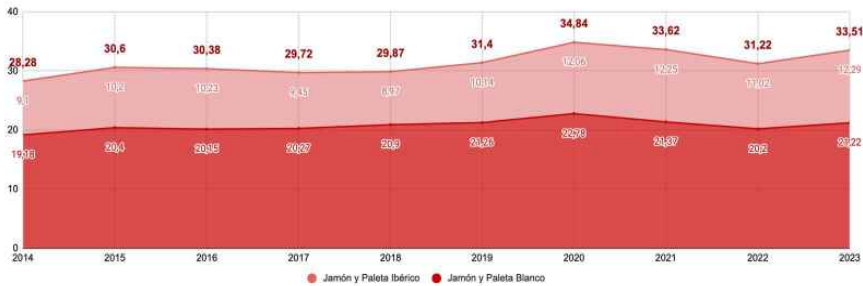
En cuanto al gasto anual per cápita, en 2023 en los hogares españoles se gastó, de media, 33,51€ por persona en jamón y paleta curado, de los que 21,22€ correspondieron a jamón y paleta blanco y 12,29€ a ibérico.

Aunque el consumo ha descendido notablemente en los últimos 5 años, el gasto ha aumentado significativamente (+12%), en parte por el incremento de precios, pero sobre todo por la mayor incidencia en el consumo del jamón y paleta ibérico, con un precio considerablemente más alto. Esto podría estar indicando una mayor predisposición del consumidor hacia jamones de mayor calidad y precios más altos, provocando un movimiento ascendente del consumidor hacia productos de mayor valor.

Gráfico: Evolución **consumo** per cápita de jamón y paleta curados en España en el hogar (Kg/persona/año). *Elaboración propia con datos del MAPA*



Gráfico: Evolución **gasto** per cápita de jamón y paleta curados en España en el hogar (Kg/persona/año). *Elaboración propia con datos del MAPA*



B) PERFIL DEL CONSUMIDOR

Según el Eurobarómetro Especial 556, los consumidores europeos valoran especialmente 5 aspectos clave en sus decisiones de compra alimentaria:



1. Que formen parte de una cadena de suministro corta, es decir, que se compren directamente a los productores de alimentos o que haya pocos intermediarios entre productores y consumidores (88% de los consumidores).
2. Que se hayan elaborado de acuerdo con los estándares ambientales y de bienestar animal más exigentes (88%).
3. Que muestren respeto por la tradición y el saber hacer de los productores locales (81%).
4. Que tengan un sello específico que garantice la calidad del producto (80%).
5. Que provengan de una zona geográfica que conocen (79%).

El Jamón y Paleta de Teruel DOP es la tercera referencia más notoria (mencionada con más frecuencia) por los consumidores españoles, mencionada de forma espontánea por un 14% de los consumidores. Esta notoriedad se da más en hombres de entre 45 y 55 años que tienen hijos a su cargo. Los consumidores asocian mayoritariamente el Jamón de Teruel DOP con atributos de calidad y origen: garantiza el origen nacional (68%), tiene jamones de calidad (60%), tienen muy buen aspecto (56%), garantiza un proceso de crianza y elaboración exigente (56,2%). Los que más reconocen estos atributos en el Jamón de Teruel DOP son los mayores de 45 años, de clase social alta y con hijos a su cargo. (Datos del *Estudio ad-hoc para Jamón de Teruel DOP*, GFK 2024).

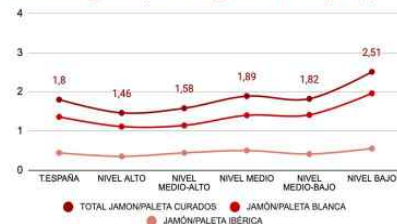
Según los datos del MAPA, en España, el jamón y paleta curado se consume en el 92% de los hogares. Se trata de un producto de consumo muy extendido en todos los estratos socio-demográficos de la población. Sin embargo, los datos del MAPA nos ayudan a identificar los segmentos más relevantes para Jamón y Paleta de Teruel DOP.

En términos generales, el jamón/paleta curado, presenta mayor penetración en los hogares de nivel socioeconómico alto, aunque son, precisamente los hogares del extremo opuesto (nivel bajo), los que mayor consumo per cápita presentan, con una media de 2,51 kg por persona y año en este segmento.

Penetración (%) de jamón/paleta curado en hogares españoles según clase social (MAPA)

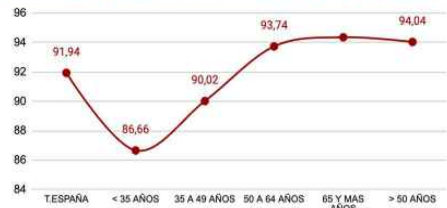


Consumo per cápita (kg/persona y año) de jamón/paleta curado en hogares españoles según clase social (MAPA)



En donde sí se aprecia una concordancia clara entre penetración y consumo es en la edad del responsable de la compra: en los hogares donde el responsable de la compra tiene menos de 50 años se consume menos jamón y paleta curado, alcanzando el mínimo, en ambos casos, cuando el responsable de la compra tiene menos de 35 años.

Penetración (%) de jamón/paleta curado en hogares españoles según edad del responsable de la compra (MAPA)



Consumo per cápita (kg/persona y año) de jamón/paleta curado en hogares españoles según edad del responsable de la compra (MAPA)



En los segmentos de mayor edad no solo se consume más jamón y paleta curado, también se ejerce un consumo de mayor valor: el ibérico gana peso en hogares de adultos independientes y retirados.

Consumo per cápita (kg/persona y año) de jamón/paleta curado en hogares españoles según tipo de hogar (MAPA)



Para completar los datos públicos disponibles y diseñar una estrategia más fiable, la DOP Jamón de Teruel realizó (noviembre 2024) un Estudio de Mercado *ad-hoc* en toda España, en el que profundizó sobre el conocimiento del sello DOP y los hábitos de los consumidores españoles en relación con el jamón. Este estudio nos indica que **casi la totalidad de la población consume jamón curado** al menos una vez al mes (93%) y el 76% come jamón curado al menos una vez por semana. La cena es el momento de mayor consumo para la casi mitad de los consumidores (46%), seguido de los momentos entre las principales comidas del día: por la mañana (26%) y por la tarde (19%) (*Estudio de Mercado ad-hoc para Jamón de Teruel DOP, GFK 2024*).

Respecto al consumidor de jamón con DOP, el estudio *ad-hoc* realizado por GFK también arroja datos relevantes para perfilar el consumidor de Jamón de Teruel DOP. Jabugo es La DOP que más personas recuerdan haber comprado alguna vez (71%), seguida de Guijuelo (50%). En tercer lugar, el 43% de los encuestados declara haber comprado alguna vez Jamón de Teruel DOP, que se ubica así en el podio de las tres DOP de jamón curado más recordadas de España.

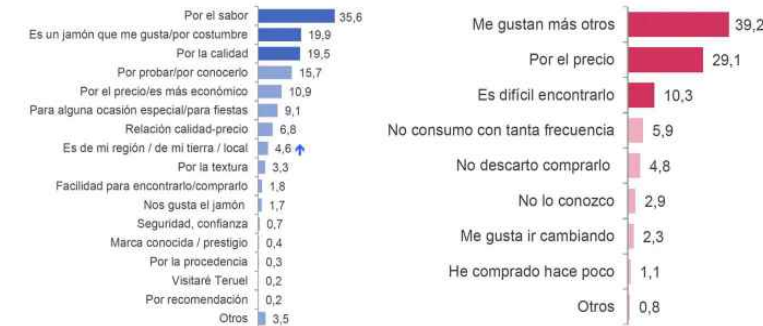
Los consumidores que más recuerdan haber comprado Jamón de Teruel DOP son los mayores de 45 años, de clase social alta y media-alta, y que viven en hogares con hijos.

Ha comprado o probado	Total	Género		Edad		Clase social			Hogares con hijos	
		Hombre	Mujer	34-44	45-55	Alta/ Media-Alta	Media	Media-baja / Baja	Sí	No
Jabugo	70,8	70,8	70,8	67,1	73,6	78,2	69,9	58,4	74,1	62,9
Guijuelo	49,9	51,6	48,4	44,9	53,7	60,9	48,1	34,2	52,7	43
Jamón de Teruel	42,8	39	46	38,2	46,3	48,3	40,3	45,1	45,1	37,2
Dehesa Extremadura	29,2	32,5	26,4	23,2	33,9	31,8	27,9	31,5	32,7	20,9
Trevélez	24,3	26,8	22,3	22,8	25,5	26,4	22,3	32,4	24,8	23,2
Los Pedroches	13,4	15,3	11,8	13	13,7	12,3	13,5	15,6	13,5	13,1
Serón	3,2	4,6	2,1	4,7	2,1	4	3,5	-	3,7	2,2

Tabla: Caracterización Consumidores de jamón curado con DOP en el Mercado Español (%Población). Estudio *ad-hoc* GFK 2024.

Entre los motivos de compra del Jamón de Teruel DOP, el sabor es el más declarado, por el 35,6% de los compradores. “Por costumbre” y “por la calidad”, son los dos motivos siguientes, con un 20% de las respuestas cada uno. Entre los frenos, el 39% de los no compradores declara que le gustan más otros jamones, mientras que el precio resulta un motivo de rechazo para el 29%.

Gráfico: Motivos y frenos de compra para el Jamón de Teruel DOP (%sobre compradores y no compradores). Estudio *ad-hoc* GFK 2024.



C) TENDENCIAS DE CONSUMO EN ESPAÑA

Basándonos en diferentes fuentes, hemos detectado las siguientes tendencias a corto y medio plazo en el mercado español que podrían afectar a la demanda de Jamón y Paleta e Teruel DOP:

- Crisis de la carne.** Desde hace algunos años, el consumo de productos cárnicos está en crisis en casi todo el mundo. La preocupación de los consumidores sobre si la carne es perjudicial para la salud, el maltrato animal y el impacto sobre medio ambiente están provocando una reducción del consumo de carne y transformados cárnicos. Los consumidores han reducido la frecuencia de ingesta de alimentos cárnicos, y los sustitutos de la carne, como las opciones plant based, crecen en España a un ritmo del 10% anual.
- Escenario post-inflacionario.** Aunque la inflación vivida en Europa en 2022 y parte de 2023 (la más alta de los últimos 40 años) ya parece estar contenida, el aumento en los precios de los alimentos se ha consolidado en la cesta de la compra, dejando las economías familiares algo resentidas. Los consumidores se han visto obligados a recalibrar sus preferencias de marca y calidad, bajando sus expectativas para seguir comprando los mismos alimentos, ahora más caros, con el mismo presupuesto. Gran parte de la actual generación de responsables de la compra del hogar no había vivido nunca un proceso inflacionario



semejante, el temor a una nueva subida de precios todavía persiste: la inflación y la subida de precios todavía preocupa al 45% de los consumidores. [AECOC SHOPPERVIEW](#)

- **Marcas de distribución:** Una de las consecuencias del ajuste en la cesta de la compra debido a la inflación, es el avance de las marcas de distribución. Según datos de [Circana](#), las marcas de distribuidor (MDD) ya suponen el 50% del valor total de la cesta de la compra en España. Este efecto es todavía más notorio en los establecimientos de libre servicio, que es donde, como hemos visto, se vende la mayor parte del jamón y paleta curado en España.
- **Preocupación por la salud:** La búsqueda de la salud a través de la alimentación está dando lugar al crecimiento de categorías como los probióticos y prebióticos, los alimentos proteicos, y los snacks saludables. Mientras otros alimentos naturales y saludables (como las frutas y hortalizas) pierden peso en favor de nuevos procesados que se venden con el reclamo de la salud. El jamón curado es un alimento natural, mínimamente procesado, de gran valor nutricional y con una alta aportación de proteínas. Dentro de los transformados cárnicos, el jamón curado es reconocido por los consumidores, como una de las opciones más saludables.
- **Alimentos con storytelling:** una de las tendencias alimentarias más extendidas entre los consumidores más jóvenes está vinculada con la narrativa detrás de los productos. Los consumidores buscan dar un mayor sentido a sus experiencias gastronómicas (dentro y fuera del hogar), con alimentos que tengan una historia que contar.
- **Origen de los alimentos:** en esta misma línea, uno de los aspectos que despierta cada vez más curiosidad e inquietud entre los consumidores, es el origen de los alimentos que consumen. La idea de vincular un alimento a su origen forma parte de este relato sobre lo que comemos, que es, en definitiva, un relato sobre quienes somos.
- **Snackificación:** la tendencia a consumir más alimentos rápidos entre comidas, e incluso reemplazar comidas por ingestas casi espontáneas e inmediatas, en cualquier lugar y en cualquier momento, es una constante en crecimiento en todos los países desarrollados. En este sentido, el jamón puede jugar un papel muy relevante.
- **Flexitarianos:** las tendencias hablan de un número cada vez mayor de consumidores que se reconocen como “flexitarianos”. Son consumidores omnívoros, que han reducido notablemente su consumo de carnes, en favor de proteínas vegetales, pero que se permiten, eventualmente, ingerir algún producto animal. Estos flexitarianos consumen carnes en pequeñas dosis, y especialmente cuando se trata de productos gourmet, o experiencias gastronómicas singulares.
- **Fast Good:** es otra tendencia, más reciente, vinculada a la más antigua de snackificación y la comida rápida. Los consumidores no se conforman con comer rápido, ahora quieren, además, que sea bueno: nutritivo, saludable y delicioso.
- **True Food:** en relación con otra tendencia como la del “real food”, que demanda alimentos mínimamente procesados y naturales, el “true food” reclama autenticidad y honestidad a los alimentos: ingredientes naturales, mínimo procesado e información veraz sobre el origen.

D) CONOCIMIENTO Y SENSIBILIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES SOBRE LAS DOP Y SU SELLO

Según los resultados que aparecen en el EUROBAROMETRO ESPECIAL N° 556 (junio – julio 2024), en los estados miembros de la Unión Europea, el principal problema que tienen las Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.) es su falta de conocimiento entre los consumidores. Este estudio pone de manifiesto que sólo una minoría de ciudadanos de la *Unión* reconocen cualquiera de los logotipos adoptados por la UE para garantizar la calidad y el origen de los productos alimenticios, **siendo el sello DOP el menos conocido de los tres, con apenas un 18% de conocimiento. En España, es incluso peor: sólo el 14% de los ciudadanos conocen el sello DOP. Resulta alarmante**, tanto a nivel nacional como europeo, que el sello de calidad DOP (el más exigente en cuanto al origen de los productos) **sea el menos conocido de todos los sellos de calidad de la UE, lo que muestra la urgente necesidad de aumentar su conocimiento.**

Por otra parte, para comprender mejor en qué segmentos de la población es mayor este desconocimiento, podemos recurrir al estudio de mercado ad-hoc realizado por GFK para Jamón de Teruel DOP en 2024. Según este Estudio, **un 38,7% de los españoles reconoce el sello DOP al verlo**, y el 54,8% conoce lo que es una Denominación de Origen Protegida de un producto alimenticio cuando se le pregunta. Sin embargo, este porcentaje ha caído más de 10 puntos porcentuales, desde el 66% que presentaba el año anterior. Nota: La diferencia entre el Eurobarómetro 556 y el Estudio ad-hoc de GFK se debe, a la cantidad de entrevistas realizadas, así como al universo de cada estudio. Sin embargo, ambos estudios coinciden en detectar el estancamiento en el bajo conocimiento del reconocimiento del sello en la población española.

Los segmentos que tienen un mayor conocimiento son el colectivo masculino (60,4%) y el nivel socioeconómico alto/medio-alto (62%), así como las zonas Este y Centro de España (68,8%) y (63,9%). Por el contrario, el NSE



bajo-medio/bajo (34,5%), la zona Noreste (44%) y los hogares sin hijos (45,3), son los que tienen menos conocimiento.

Calidad y Origen es como se define a las DOP de los productos alimenticios (66,55 y 63,3%, respectivamente) (Estudio ad-hoc Jamón de Teruel DOP 2024, GFK).

	EU27	AT	BE	BG	CY	CZ	DE	DK	EE	EL	ES	FI	FR	HR	HU	IE	IT	LT	LU	LV	MT	NL	PL	PT	RO	SE	SI	SK
 Jun/Jul 2024	56	64	55	52	47	56	63	69	62	45	38	67	63	53	49	47	53	72	70	66	44	74	58	40	47	76	62	52
 Δ Feb/Mar 2022	Δ5	Δ3	Δ1	Δ4	Δ1	=	Δ8	Δ3	Δ4	Δ3	Δ6	Δ2	Δ5	Δ1	Δ1	Δ7	Δ5	Δ3	Δ11	Δ8	Δ1	Δ10	Δ12	Δ9	=	Δ5	Δ7	Δ6
 Jun/Jul 2024	45	85	78	19	17	46	80	85	47	28	12	72	35	38	38	87	26	18	88	18	47	90	16	36	26	92	30	49
 Δ Feb/Mar 2022	Δ4	Δ8	Δ1	Δ6	=	Δ5	Δ4	Δ1	Δ10	Δ10	Δ3	Δ2	=	Δ12	Δ10	Δ2	Δ6	Δ3	Δ5	Δ5	Δ7	Δ2	Δ1	Δ11	Δ10	Δ3	Δ2	Δ4
 Jun/Jul 2024	18	26	15	21	8	24	16	6	15	15	14	9	26	21	21	13	26	11	13	5	11	7	12	25	13	9	16	35
 Δ Feb/Mar 2022	Δ2	Δ4	Δ4	Δ6	=	Δ7	Δ7	Δ2	Δ8	Δ3	Δ2	Δ2	Δ1	Δ5	Δ6	Δ5	Δ4	Δ3	Δ3	Δ2	Δ3	Δ4	Δ2	Δ15	Δ2	Δ3	Δ1	Δ7
 Jun/Jul 2024	24	33	18	28	13	31	18	9	19	24	32	12	32	27	20	16	31	22	18	10	12	10	14	32	15	13	23	36
 Δ Feb/Mar 2022	Δ2	Δ8	Δ5	Δ6	=	Δ4	Δ2	Δ2	Δ7	Δ6	Δ1	Δ4	Δ1	Δ7	Δ5	Δ3	Δ2	Δ1	Δ2	Δ3	Δ1	Δ1	Δ2	Δ10	Δ1	Δ4	Δ2	Δ9
 Jun/Jul 2024	19	27	17	25	12	27	13	9	18	24	20	10	21	23	17	11	25	19	11	9	14	8	19	24	18	12	17	37
 Δ Feb/Mar 2022	Δ3	Δ5	Δ6	Δ6	Δ2	Δ4	Δ2	Δ5	Δ9	Δ9	Δ5	Δ3	Δ4	Δ6	Δ2	Δ1	Δ4	Δ6	Δ2	Δ5	Δ7	Δ3	Δ5	Δ10	Δ5	Δ7	Δ2	Δ11
None (SPONTANEOUS) Jun/Jul 2024	19	5	9	26	27	16	10	7	17	34	34	10	19	14	25	6	24	15	4	17	25	2	22	37	30	4	22	15
Δ Feb/Mar 2022	Δ1	Δ5	=	Δ8	Δ5	=	Δ1	Δ2	=	Δ2	Δ3	Δ3	Δ3	Δ5	Δ5	Δ1	Δ5	Δ2	Δ3	=	Δ6	Δ2	Δ6	Δ9	Δ1	Δ1	Δ5	Δ2
Don't know Jun/Jul 2024	4	3	1	7	15	6	2	1	9	3	4	4	3	9	3	2	5	5	2	8	4	2	5	4	8	1	3	8
Δ Feb/Mar 2022	=	=	=	Δ1	Δ7	Δ3	Δ1	=	Δ1	=	=	Δ2	Δ2	Δ2	Δ1	Δ1	=	=	Δ2	Δ4	Δ9	Δ2	Δ1	Δ1	Δ1	=	=	Δ1

						None (SPONTANEOUS)	Don't know
EU27	56	45	18	24	19	19	4
Gender							
Man	54	45	18	24	19	20	4
Woman	59	46	18	24	19	19	3
Age							
15-24	58	49	17	22	18	16	3
25-39	65	53	23	28	22	13	2
40-54	58	46	22	27	22	17	3
55 +	50	40	14	20	16	24	5
Education (End of)							
15-	36	25	10	17	12	40	5
16-19	55	41	18	23	19	19	4
20+	65	56	21	28	22	12	3
Still studying	64	53	20	26	20	15	2
Socio-professional category							
Self-employed	60	48	24	30	23	14	3
Managers	69	61	27	33	26	8	2
Other white collars	62	49	21	26	20	15	4
Manual workers	54	41	17	22	19	21	3
House persons	48	33	12	22	17	28	5
Unemployed	52	43	18	24	16	20	3
Retired	48	38	12	18	14	27	5
Students	63	54	19	25	20	15	3
Difficulties paying bills							
Most of the time	50	41	20	24	22	27	4
From time to time	54	38	19	25	19	21	4
Almost never/ Never	58	49	18	24	18	17	4
Subjective urbanisation							
Rural village	51	41	16	23	17	23	4
Small/ mid size town	56	45	19	24	19	19	4
Large town	63	50	20	25	21	15	3
Image of the EU							
Positive	62	51	20	26	21	15	3
Neutral	53	40	16	21	17	22	4
Negative	49	40	16	22	18	24	4

De los resultados de este Estudio de Mercado realizado y del Eurobarómetro, se extraen estas interesantes conclusiones:

- Según el estudio de mercado de GFK, aunque el porcentaje de consumidores españoles que sabe lo que es una D.O.P. todavía es mayoritario, está descendiendo de forma acelerada: ha pasado del 85% en 2020 al 55% en 2024.
- Un porcentaje muy bajo de los españoles reconoce el sello D.O.P. al verlo (14% según Eurobarómetro 2024, 38,7% según estudio ad-hoc 2024).



El desconocimiento el sello Denominación de Origen es una anomalía que perjudica gravemente a los alimentos singulares y de calidad diferenciada elaborados y certificados conforme a este esquema de calidad europeo. Pone en riesgo la competitividad y, por tanto, la viabilidad de estas organizaciones productivas singulares de la Unión Europea. Y con ellas el sustento y la sostenibilidad de regiones rurales, como Teruel, entre otras, para las que este sello supone un importante impulso competitivo en la principal actividad económica de la región.

Por tanto, es necesario INCREMENTAR EL GRADO DE CONOCIMIENTO del SELLO DENOMINACIÓN DE ORIGEN para reforzar el reconocimiento de la singularidad y la calidad de los alimentos identificados con este sello, y así mejorar la competitividad de estos productores europeos.

Lo que entiende el consumidor sobre lo que es una Denominación de Origen es, sobre todo, que es un producto de calidad (66,5%) y de origen/procedencia, con un 66,3% según GFK. Sin embargo, todavía, uno de cada tres españoles no asocia una DOP con atributos de calidad y origen.

Por tanto, en la comunicación al consumidor debemos hacer énfasis en lo que significa una DOP, y lo que ésta en particular tiene de especial, singular y relevante. Debemos asociar claramente el identificador DOP con un producto de calidad y origen certificados, y unos atributos que lo hacen singular, único y diferente.

1.2.3. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
- Falta de conocimiento de los consumidores sobre el sello DOP y sus atributos diferenciales de calidad. - Poco conocimiento del consumidor sobre los atributos que hacen único y especial al Jamón de Teruel DOP. - Categorización del jamón de Teruel como “un jamón blanco más”, siendo la percepción general del jamón blanco como un jamón inferior, de menos calidad que el ibérico. - La exigente norma de producción de la DOP obliga a incurrir en mayores costes y tiempos de producción, lo que puede perjudicar su competitividad en contextos de precios bajos. - Rango de precio en la franja más alta de los jamones blancos. - Insuficiente comunicación sobre las virtudes y características específicas del Jamón/paleta de Teruel DOP. - Insuficiente presencia en los canales de distribución cualificados, donde predomina el jamón ibérico como sinónimo de calidad (muchos de ellos de producción industrial)	- Mercado del jamón blanco con enorme competencia por precio, con muchos productos industriales, pocos controles de calidad, poco valor añadido y gran comoditización. - El reconocimiento del sello DOP está cayendo en España (14%) - El sello DOP es el menos conocido de los sellos europeos de calidad, pese a ser el más exigente. - Confusión del consumidor entre distintos sellos de calidad (DOP-ETG) - Muy alto reconocimiento en España del Jamón Serrano ETG, con menos exigencias de calidad, que comúnmente se utiliza para denominar a todo el jamón blanco español, y cuya producción (mayormente industrial) multiplica en casi 50 veces la producción del Jamón de Teruel DOP. - Riesgo de despoblación en zonas rurales de Teruel si no se mantienen motores económicos de la zona como la DOP - Exposición a posibles crisis sectoriales, tanto del sector cárnico, como de otros jamones blancos e ibéricos. - Aumento de las marcas propias de los distribuidores, que ejercen una fuerte competencia en precio. - Crisis de la carne y pérdida de consumo de carnes en los segmentos más jóvenes.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
- Único jamón blanco español con DOP. - Curado con frío (con las temperaturas muy bajas y el clima seco de Teruel), lo que requiere menor cantidad de sal en el proceso. - Mayor tiempo de curación que otros jamones blancos (mínimo de 14 meses el jamón y 9 la paleta). - Más saludable: con mayor contenido en ácidos oleicos (grasas saludables) y bajo contenido en sal. - Sabor singular y único, poco salado.	- Mercado buscando productos de alta calidad y bien diferenciados. - Hay espacio de posicionamiento posible, sin competencia, por encima del jamón blanco normal y sin DOP, pero más accesible que el jamón ibérico. - Entre quienes saben qué es una DOP, la valoración es alta y la asumen como un sello que garantiza calidad.



• Control y trazabilidad total del jamón/paleta amparados por la DOP. • Producto diferenciado y de calidad muy superior a otros jamones blancos. • Producción amparada por la DOP, una estructura fundamental para el desarrollo rural, social, natural del territorio local. • Apuesta firme por la calidad diferenciada a través de la DOP. • Apuesta firme y consolidada por la sostenibilidad económica, social y medioambiental de nuestros productos. • Función social: creación de empleo en zonas rurales, vertebración del territorio y conservación del modo de vida rural. • Contribuye al desarrollo sostenible (económico, social y medioambiental) tal como lo entiende la FAO. • Alta valoración por los consumidores que lo han probado.	• Tendencias de consumo alineadas con los valores de una DOP: sostenibilidad, origen, storytelling, true food, fast Good... • Oportunidad de generar mayor conciencia y conocimiento de las DOP y los esquemas europeos de calidad entre los consumidores españoles. • Aumenta el consumo de ibérico y baja el consumo de blanco: el consumidor se está orientando a productos curados de mayor calidad y valor añadido. • Escenario post-inflacionario: muchos consumidores de jamón ibérico, obligados a contener y ajustar sus gastos, podrían encontrar en el Jamón de Teruel DOP una alternativa de calidad europea certificada (como algunos ibéricos), de exquisito sabor, y mucho más accesible que el ibérico. • Consumidores senior: en los segmentos de mayor edad, que es donde se concentra el mayor consumo de jamón curado, está también el consumo más cualificado (hay mayor concentración de consumo de ibérico). Un segmento al que Jamón de Teruel DOP no ha comunicado mucho recientemente, pero que ofrece un gran potencial de mercado.
--	--

1.2.4. OBJETIVOS SMART

Basado en el análisis de la información de mercado, se definen y concretan los siguientes objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, centrados en los resultados y acotados en el tiempo). El objetivo general de la acción de información y promoción es, sobre todo, incrementar el conocimiento, reconocimiento y la competitividad de las Denominaciones de Origen Protegidas de la Unión Europea. **Nos hemos marcado estos objetivos específicos para la campaña:**

	S Objetivo Específico	M Medibles	A Alcanzables	R Resultados	T Tiempo
Incrementar el conocimiento y reconocimiento del régimen de calidad DOP de la UE	Incrementar el conocimiento y reconocimiento del sello DOP. Incrementar el conocimiento y reconocimiento Jamón/Paleta de Teruel DOP.			Aumento de un 3%. Aumento de un 3%.	
Aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de productos agrícolas DOP de la UE, y elevados estándares de calidad de los métodos producción UE	Preferencia en nuestro P.O. por productos DOP. Para ello, que nos asociación a "Origen" y "Calidad".	Se realizará un Estudio entre nuestro público objetivo, a través de un Instituto de Investigación	Partiremos, de los resultados del Estudio ad-hoc elaborado por GfK para el Programa Europeo 2022-2024	Alcanzar una preferencia hacia los productos D.O.P. por parte de los consumidores y, para ello, mantener su asociación a los conceptos de "Origen" y "Calidad". Se establece como objetivo alcanzar una asociación	Al finalizar la campaña.



				superior al 60% a los conceptos de “Origen” y “Calidad”.	
Aumentar la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la UE con DOP y mejorar su visibilidad.	Lograr aumentar competitividad y consumo de Jamón de Teruel DOP en España.	Incremento valor ventas Jamón y Paleta de Teruel DOP.	Teniendo en cuenta previsión actual de ventas para 2026-2028 con y sin campaña.	Un incremento total de 26,95 millones de euros en valor estimado de venta al público de Jamón y Paleta de Teruel DOP, acumulado al final del tercer año de campaña, comparado con la hipótesis de ventas sin campaña. O, lo que es lo mismo un retorno directo de la inversión de 8,16€, por cada euro invertido.	

#@COM-PLE-CP@#

1.3 Complementariedad con otras acciones: dimensión UE

Complementariedad con otras acciones (incluida la continuación de campañas anteriores)
Explique cómo se basa el proyecto en los resultados de campañas anteriores y describa la necesidad de que haya continuidad y sus aspectos innovadores.
Explique cómo se complementan las actividades propuestas con otras actividades (en curso) llevadas a cabo por su organización o por otras organizaciones y qué sinergias pueden crearse.

Campaña europea: denominaciones de origen de Europa, mucho más que un lugar

La D. O. Jamón de Teruel y el Vino D. O. Somontano se unieron hace seis años para lanzar una ambiciosa campaña de comunicación 360º bajo el eslogan “Seguimos un camino, el nuestro. La experiencia en la gestión y los resultados positivos que se lograron en este Programa de Promoción Europeo (2018-2020) supusieron un punto de partida óptimo para las posteriores campañas de promoción.

Este proyecto permitió aumentar el conocimiento y reconocimiento de las D.O. y fomentar un mayor reconocimiento de sello de calidad europeo, siguiendo la estrategia de Comunicación marcada y el mix de acciones planteadas. La campaña, financiada con ayuda de la Unión Europea, fue clave para la toma de decisiones posterior de esos consumidores a la hora de elegir uno u otro producto, además de contribuir a mantener y potenciar la demanda de los productos D.O.P. de los regímenes de calidad de la Unión.

Por eso, hace tres años nos embarcamos en una segunda etapa, esta vez en solitario, para seguir trabajando y lograr que los consumidores aumenten el grado de conocimiento y reconocimiento del sello de calidad y de la D.O.P. Jamón de Teruel.

Campaña europea: DOP Jamón de Teruel, Marcado a frío

Siguiendo con el objetivo de aumentar el grado de conocimiento y reconocimiento del sello de calidad y de la D.O.P. Jamón de Teruel se trabajó una campaña de Promoción Europea (2022-2024) con duración de 3 años bajo el lema de “Marcado a Frío”. En un contexto desfavorable en el que ha caído el recuerdo publicitario



(espontáneo) y de marca de las DOP de jamón curado, la DOP Jamón de Teruel gracias a las actividades promocionales del Programa Europeo 2022-2024, ha conseguido consolidarse como la 2ª DOP en notoriedad publicitaria y la 3ª DOP de jamón curado más conocida.

La campaña implementada dentro del marco del Programa Europeo 2022-2024 ha conseguido activar, alcanzando valores normativos, las tres vertientes que se esperan de una campaña publicitaria:

1. La informativa, que es la que coincide con el principal objetivo del Programa Europeo de dar notoriedad y dotar de contenido al jamón DOP de Teruel.

2. La motivacional, que es la que genera una sensibilización positiva hacia el jamón DOP de Teruel, que es otro de los objetivos del Programa.

3. La persuasiva, ya que la campaña ha tenido una buena performance a la hora de motivar al público objetivo a hablar y recomendar el jamón DOP de Teruel. De hecho, durante los tres años de campaña (2022 a 2024) las ventas (en valor) de Jamón y Paleta de Teruel DOP crecieron, de media, casi 4 veces más que la media de los 5 años anteriores, elevando su cuota de mercado del 2,37% en 2021 al 3,29% estimado en 2024.

No obstante, para conseguir mantener el nivel de notoriedad de marca de la DOP Jamón de Teruel (el 3º en el mercado español) o, más ambicioso aún, aumentarlo de manera significativa, es preciso mantener la inversión publicitaria en medios masivos, como la implementada gracias al Programa Europeo 2022-2024. Recordemos que una vez el consumidor recuerda la marca y, más importante aún, la interioriza, aumentan las posibilidades de que la busque y la compre en el punto de venta.

Sin olvidar que atendiendo a los resultados del estudio de evaluación del Programa Europeo 2022-2024, se ha identificado margen de crecimiento en la compra del producto, ya que tanto la declaración de compra como la intención futura de compra de jamón DOP Teruel se ha mantenido estable durante los 3 años del Programa.

Dimensión de la UE

Explique la dimensión de la UE en términos de impacto previsto, su dimensión transnacional, los beneficios para los productores de otros Estados miembros de la UE, etc.

Explique el principal mensaje para la UE previsto para la campaña.

A. Divulgación sobre los estándares, calidad y seguridad alimentaria de la UE

Impacto previsto y beneficios para los productores de alimentos con sello de calidad europea de otros Estados Miembros de la UE: este programa persigue la divulgación de los estándares de calidad y seguridad alimentaria de los alimentos de la UE, especialmente aquellos que están identificados con los sellos de D.O.P de la UE.

Esta campaña busca visibilizar el origen europeo de los alimentos, y poner en valor los regímenes de calidad de la UE, como un elemento diferenciador y una ventaja competitiva de estos alimentos. De esta forma, todos los alimentos europeos, y más específicamente aquellos que tengan sellos calidad de la UE se beneficiarán de estas acciones, ya que este programa contribuirá a aumentar la concienciación sobre la exigente norma europea de producción, normas de calidad, y seguridad aplicables a todos los productores de alimentos amparados por estos regímenes de calidad europea, el esfuerzo que está realizando el sector europeo en materia de sostenibilidad, y la importancia de consumir productos de cercanía, en consonancia con la estrategia europea “De la Granja a la Mesa”.

Esta campaña beneficiará la imagen y los intereses de cualquier sello de calidad de la UE. Los sellos de calidad de Europa son la mejor fórmula para proteger y defender a nivel agroalimentario la cultura y tradición gastronómica europea, frente productos que llegan a Europa desde otros continentes (Asia, América, África, etc.), muchas veces con mayor impacto ambiental y menor seguridad alimentaria, y que centran sus estrategias en precios muy bajos. Esta agresión competitiva afecta a todos los productores de la UE y nos obliga a emprender una estrategia común para poner en valor los atributos y propiedades de nuestros alimentos, sobre todo aquellos con sello de calidad europeo. Además, los sellos de calidad de la UE cumplen una función social, medioambiental y económica muy relevante, y este programa está enfocado a sensibilizar y concienciar a los consumidores españoles para que reconozcan e identifiquen estos atributos y puedan tomar decisiones de compra conscientes.

A corto plazo y de forma directa, este programa contribuirá a desarrollar un mayor conocimiento y mejor valoración de los sellos europeos de calidad, sus atributos, ventajas y significados, para el consumidor español, lo que repercutirá en una mayor valoración de todos los productos europeos que incorporen estos sellos de calidad. Gracias a este programa, el consumidor español estará mejor informado sobre lo que representan estos sellos, y las denominaciones de origen europeo, y podrá construir una mejor representación de su significado al verlo en cualquier producto, dando más valor, y por tanto, más oportunidades de venta, a todo alimento europeo que presente este sello. Este programa contribuye, por tanto, a mejorar la competitividad y las posibilidades de implantación en el mercado español, de todos los productos agrícolas europeos con sello de calidad D.O.P.

A largo plazo, además de consolidar esta preferencia de los consumidores españoles por los alimentos europeos con sello de calidad, este programa contribuirá a dinamizar la actividad económica y crear mayores oportunidades de empleo en zonas rurales europeas, mejorando la competitividad en España de los productos agrícolas europeos con denominación de origen protegida. En este sentido, este programa también contribuirá a mitigar el



problema del envejecimiento y la despoblación de las zonas rurales europeas, poniendo en valor los alimentos que allí se producen.

Una D.O.P. es el sello de calidad europeo con los requisitos más rigurosos. Nuestros productos, Jamones y Paletas de **D.O.P. Jamón de Teruel**, están elaborados de una manera **TRADICIONAL Y CARACTERÍSTICA**, basada en el trabajo la selección y el perfeccionamiento de muchas generaciones. Son productos que nos **identifican y hablan de nuestra tierra**, de nuestra cultura y de nuestro saber hacer como sociedad.

Las D.O.P. proporcionan **seguridad alimentaria al consumidor europeo**, información veraz y garantía de calidad. Los productos con sello de calidad de la Unión Europea son claves para poner en valor, frente al consumidor, la calidad y buenas prácticas de los productos europeos. Y es que las D.O.P. son nuestro mejor baluarte a nivel europeo para **proteger a nivel agroalimentario** nuestra cultura gastronómica europea. Cumplen con importantes controles de calidad y con un respeto especial a la tradición, y suponen una garantía para el consumidor y una protección de todos los profesionales, ganaderos, viticultores, secadero, etc. y sus familias de una determinada zona geográfica.

También las D.O.P. proporcionan **valor añadido a los territorios de D.O.P. en términos de IMAGEN Y DE PRESTIGIO**. Esta mejora de la imagen y el prestigio de las regiones asociadas a sus productos DOP favorece la atracción de turismo a estos territorios, la captación de inversión extranjera, la financiación de estas zonas y de sus empresas y la comercialización e internacionalización de sus productos. Este hecho es crucial para la provincia de Teruel, cuyos habitantes han popularizado en todo el territorio nacional, a través de manifestaciones y durante más de 20 años, la expresión “*Teruel Existe*”, que se ha convertido en símbolo de denuncia ante el olvido de las regiones rurales, que reclaman un mayor protagonismo en el panorama nacional.

B. Aumento del conocimiento sobre los productos europeos.

Por otra parte, el programa diseñado tiene una escala significativa a nivel europeo y tendrá una amplia cobertura, teniendo previsto alcanzar a un gran número de consumidores: más de 240 millones de contactos en nuestro plan de medios, 11 millones de audiencia estimada de RRPP y 1.500 profesionales de la Comunicación informados de la campaña en el ámbito nacional. Por todo esto, la actual propuesta tendrá un gran impacto, y tiene el potencial de aumentar la demanda por parte del consumidor de productos con DOP. Por ello, el impacto de este programa se extenderá a todos los sellos de calidad DOP. Este programa está enfocado a aumentar la demanda de nuestro producto gracias a sensibilizar a los consumidores para que reconozcan este sello DOP y, con nuestras acciones de educación e información, no solo lo reconozcan al verlo, sino también conozcan y valoren todo lo que significa, porque el mérito de una DOP es que los consumidores reconozcan la importancia del valor del “origen europeo”. Por tanto, este programa aumentará la concienciación sobre la exigente norma europea de producción, las normas de calidad y seguridad aplicables a todos los productores de alimentos amparados por este régimen de calidad europea. Una acción urgente, teniendo en cuenta que en Europa solo el 18% de los consumidores reconocen el signo de calidad Europeo D.O.P. y en España ha caído 3 p.p. en los cuatro últimos años, del 17% recogido en 2020 hasta el 14% que arroja el último Eurobarómetro publicado en enero de 2025.

I. MENSAJE EUROPEO

Este es un programa de información y de promoción orientado a los regímenes de calidad de la Unión Europea para ofrecer a los consumidores españoles garantías con respecto a la calidad y las características de los productos D.O.P., ilustrados por los productos de la D.O.P. Jamón de Teruel. El impacto final esperado consiste en aumentar la competitividad y el consumo de estos productos registrados en virtud de un régimen de calidad de la Unión Europea, mejorar su visibilidad e incrementar su cuota de mercado. En la estrategia de comunicación se ha considerado el siguiente racional para llegar al mensaje:

Durante los últimos 3 años hemos fijado en el consumidor el origen “Teruel” de nuestro Jamón, comunicado, con excelentes resultados, el hecho absolutamente diferencial y exclusivo de que el Jamón de Teruel DOP es curado con las bajas temperaturas que tenemos en esta región europea, siendo el único jamón de cerdo blanco con DOP, y que eso le convierte en un jamón singular, único y extraordinario. Construimos, a partir del origen (Teruel y su clima frío), una narrativa que traslada el origen a una ventaja competitiva que se plasma en el producto (al estar curado con frío requiere menos sal y esto mejora notablemente los atributos nutricionales y organolépticos del jamón). Así, conseguimos **una exitosa asociación entre el origen, la calidad y el sabor de este producto europeo excepcional**.

En este nuevo programa queremos dar continuidad a esta potente construcción de significados, reforzando especialmente el carácter singular del sello DOP europeo, con el siguiente mensaje: **“Marcado a frío con sello europeo de calidad”**.

#\$COM-PL-CP\$# #\\$PRJ-OBJ-PO\$# #\\$REL-EVA-RE\$# #\\$@QUA-LIT-QL@# #\\$@CON-MET-CM@#



2. CALIDAD

2.1 Concepto y estrategia de acción

Concepto y estrategia de acción

Describe la estrategia seleccionada (cómo da respuesta a los retos determinados en el análisis de mercado, la adaptación a diferentes países destinatarios, la definición de los grupos destinatarios, los aspectos creativos, etc.). Explique el conjunto de herramientas de comunicación y por qué las actividades son las más idóneas para lograr los objetivos y llegar a los grupos destinatarios del proyecto.

Indique si está previsto incluir mensajes específicos (en relación con el origen, las marcas, las prácticas dietéticas adecuadas, el consumo responsable de alcohol, etc.).

Desarrollaremos acciones de promoción y comunicación para poner en valor frente al consumidor la D.O.P. de la que disfruta Jamón de Teruel, como sello que garantiza la calidad y autenticidad del producto frente a marcas competidoras que ofrecen un precio inferior, pero sin las mismas garantías que ofrece la pertenencia a la D.O.P. Así conseguiremos que la D.O.P. sea un factor diferencial por parte del consumidor a la hora de tomar sus decisiones de compra. Por ello visualizaremos de forma predominante en todas las piezas de comunicación el sello D.O.P. junto al origen europeo.

1.4.1. Público objetivo

- **Consumidores:** El target de la campaña serán **responsables de la compra del hogar (RCH)** donde se consume jamón/paleta curado (92% hogares). En España esto corresponde con un target potencial de **13.308.490 individuos**. Como Core Target de la campaña, nos centraremos en dos segmentos, que vemos que son en los que más podemos crecer:

- **RCH 35-44.** Los caracterizamos como: la mayoría viven en pareja y muchos son padres (sus hijos son escolares y viven con ellos), son trabajadores activos, viven en grandes ciudades. **Sus medios de información más habituales son los medios online y la televisión.** Son consumidores moderados de jamón curado, pero no tienen presente la DOP Jamón de Teruel (solo 11,3% de notoriedad espontánea). La mayoría de ellos no conoce el sello DOP (61%) y muchos no conocen el Jamón de Teruel DOP (44% aprox). Son 3.256.330 individuos, que suponen un 6,7% de la población.
- **RCH 45-54.** Los caracterizamos como: Su hogar está formado mayoritariamente por pareja y sus hijos, adolescentes y jóvenes (**INE**). Sus medios para informarse más habituales son los medios online y la televisión. Consumen jamón curado con frecuencia de forma generalizada (78% al menos una vez por semana). Tienen algo más de conocimiento del Jamón de Teruel DOP, aunque sigue siendo bajo (16% de forma espontánea). 4.199.660 individuos, que suponen un 8,7% de la población.
- **RCH 55-70.** Los caracterizamos como: Viven en hogares con mayor ingreso per cápita, sus hijos empiezan a ser independientes autosuficientes, y esto devuelve la atención en las decisiones de compra hacia los propios intereses y gustos personales, con mayor indulgencia y presupuesto disponible. Son los que más jamón curado consumen (entre 2 y 2,8 kg por persona y año) y los que más gastan en él (en torno a un 30% más, de media, por cada kg), apuntando a productos de mayor calidad y valor percibido. Sus medios más habituales para informarse son la prensa escrita y la televisión. Son 5.852.500 individuos, que suponen el 12,1 de la población.

Además, dirigiremos parte de nuestros esfuerzos a comunicar nuestra campaña a:

- **Influenciadores de opinión:** periodistas, blogueros y líderes de opinión. Estos públicos son profesionales, con los cuales se trabajará con el objetivo de generar artículos, noticias e información de interés tanto en medios online como off line, con carácter informativo y divulgativo. Nos permitirán amplificar el mensaje de la campaña.

1.4.2. Descripción y justificación herramientas de comunicación

Teniendo en cuenta el análisis previo, la prioridad estratégica para Jamón y Paleta de Teruel DOP es la **diferenciación frente al resto de jamones de cerdo blanco** (sin sello europeo de calidad DOP), y **eleva su posicionamiento en cuanto a calidad, sabor y origen** a un nivel superior, más cercano al que actualmente tienen los jamones ibéricos con DOP que al del resto de jamones de cerdo blanco. Esta diferenciación se conseguirá fundamentalmente de dos maneras:

1. Aumentando el conocimiento y reconocimiento del sello DOP, y de los atributos y valores que representa como distintivo para identificar los más altos estándares de calidad de la UE.
2. Evidenciar y poner en valor las singularidades específicas del Jamón y Paleta de Teruel DOP, derivadas de su particular contexto de producción (clima frío, menor cantidad de sal, sabor particular, mayor tiempo de curación, etc).

El desafío estratégico de Jamón y Paleta de Teruel DOP es, por tanto, conectar los beneficios y atributos vinculados al sello DOP y los estándares de calidad de la UE, con los beneficios y atributos propios del Jamón y Paleta de Teruel DOP, y a la vez incrementar el reconocimiento la valoración de ambos para **reforzar con ello su gran ventaja competitiva basada en la diferenciación de calidad y origen**.



Para esto, se trabajará en una comunicación que pueda llegar a amplios segmentos de consumidores, centrando los mensajes tanto en la importancia y el valor de ser un alimento con DOP, y la calidad que ello supone, como en la singularidad y el carácter extraordinario del Jamón de Teruel DOP. Así, se pretende mantener y reforzar la asociación entre origen, calidad y sabor que hacen de este producto europeo algo excepcional.

Como hemos visto, el jamón curado es un producto consumido de forma transversal en casi todos los hogares españoles (92% de la población), y nuestro público objetivo son los responsables de compra de estos hogares, particularmente un rango amplio que comprende desde los 35 hasta los 70 años, con especial interés en los segmentos "senior" que son los que más lo consumen y los que están dispuestos a pagar más por jamones curados de mayor calidad. Por esta razón, en el mix de acciones priorizaremos los medios que nos permitan mayor alcance y cobertura en este rango tan amplio de consumidores al menor coste por impacto posible.

Para lograr los objetivos marcados se ha diseñado un MIX DE ACCIONES, o plan táctico, teniendo en cuenta los hábitos de consumo de medios de nuestros públicos objetivo, y buscando que las acciones propuestas no solo se refuerzan entre sí, sino que además sean coherentes con los objetivos y estrategia diseñada, a la vez que consiga alcanzar e impactar con los mensajes de la campaña a los diferentes públicos objetivo definidos para el mercado español. El plan de acciones se compone de 4 grandes bloques de acción:

1. Instrumentos de comunicación: en primer lugar, se trabajarán los instrumentos de comunicación propios del programa como son fotografías, videos y materiales gráficos. Estos servirán de plataforma para todas las actividades.

2. Acciones de RR.PP y Gabinete de Prensa: el programa tiene el objetivo de que los medios de información sean altavoces informativos y que contribuyan a la construcción, difusión y divulgación de contenidos que posicionen a los productos de los regímenes de calidad de la Unión Europea con una buena reputación.

Para ello, se pone a su disposición una oficina de gabinete de prensa permanente durante los 3 años con generación de contenido editorial y un trato directo con los profesionales de estos medios e influencers. Además, esta acción se reforzará el evento de presentación que ayudará a hacer de multiplicador de impactos en los medios.

3. Acciones de cobertura: Una vez cubiertos los objetivos con los públicos de proximidad, se realizarán actividades que aseguren la cobertura y afinidad con el público objetivo consumidor, individuos de 35 a 70 años. Nuestro medios eje será la Televisión, ya que es el medio que mayor cobertura construye, y, por tanto, el que reunirá la mayor inversión para alcanzar nuestro objetivo de cobertura. El Digital irá ganando peso a lo largo de los años en busca de ir afinando cada vez más las campañas a nuestro Core Target, además de ir complementando la campaña televisiva al ir a plataformas audiovisuales con el fin de abarcar todo el panorama audiovisual y conseguir la mayor cobertura. Prensa y Radio serán utilizados de manera táctica para generar notoriedad y afinidad como refuerzo en el ámbito de Aragón.

Con este mix, conseguimos:

- Aumentar el conocimiento general de los productos y maximizar la cobertura sobre el target (la televisión y el medio digital son los dos canales con mayor penetración en nuestro target lo cual nos permitirá incrementar la cobertura de manera rápida y eficaz)
- Incrementar el recuerdo y estar en el top of mind en el momento de compra. Ambos medios nos permitirán hacer uso de formatos que permitan incrementar el recuerdo publicitario en el target.

Por tanto, apostamos por este mix de medios ya que, la Televisión, línea y no lineal, y digital son los medios más consumidos por nuestro público objetivo y la radio y las revistas son los medios más afines con nuestro target core.



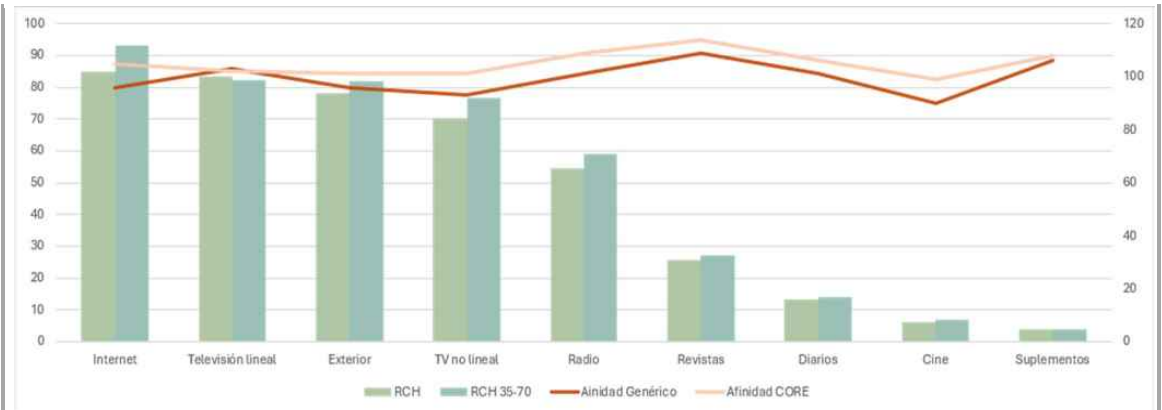


Gráfico: Consumo de medios de nuestro target . Fuente: Fuente de datos: EGM, 3º Acumulado Móvil 2024

La televisión se mantiene como medio con mayor penetración, funcionando en la campaña como tractor de cobertura, aportando el alcance y la notoriedad necesarios para la campaña. El medio digital es el medio con mayor penetración para nuestro core target, por ello, se considera clave estar presente en varios de sus ámbitos, como son las plataformas audiovisuales, que complementa la televisión lineal, las redes sociales, los branded contents entre otros, ya que nos permite desarrollar una campaña personalizada permitiendo aumentar el posicionamiento de la marca de manera atractiva. Prensa y Radio aparte de reforzar el ámbito de Aragón nos permite dotar de credibilidad a la campaña por su naturaleza informativa.

4. Medición de resultados: Antes del inicio de las acciones del año 1 se realizará un estudio Pre-Test para establecer los valores de referencia para los objetivos de rendimiento informativo. Al final de cada año de campaña se realizará un estudio Post-Test con el fin de evaluar y cuantificar el alcance de la campaña en cuanto al cumplimiento de los objetivos de rendimiento informativo. También se medirá cómo este programa influye sobre los hábitos de compra del consumidor. La muestra objetivo de 700 encuestas en cada medición que supone operar con un error global de $\pm 3,7\%$ considerado dentro de un intervalo de confianza del 95,5%, siendo $p=q=50\%$.

Destacado: Sinergias entre actividades

Las actividades planificadas se refuerzan entre sí existiendo sinergias entre todas las actividades. La mayor sinergia se genera con la creación del concepto “productos europeos de calidad certificada” y sus declinaciones que hacen que todo el proyecto a nivel europeo sea global. La sinergia concreta entre acciones se facilita impactando en todos los puntos de contacto del consumidor final desde diferentes canales de comunicación: desde RR.PP ofreciendo mensajes no publicitarios, reforzándose con la publicidad convencional (TV, Digital, Prensa y Radio) y terminando por las acciones de marketing relacional con contactos objetivo. Con todo ello, crearemos tendencia con acciones de calidad buscando el mix entre acciones cuantitativas y cualitativas siempre buscando el mejor coste/eficacia.

#\$CON-MET-CM\$# #@CON-SOR-CS@#

2.2 Creación del consorcio

Cooperación del consorcio y división de funciones (si procede)

Véase el formulario de solicitud (Parte A).

2.3 Equipos, personal y subcontratistas del proyecto

Equipos y personal del proyecto

Describe los equipos del proyecto y cómo trabajarán juntos para coordinar y ejecutar el proyecto.
Enumere el personal incluido en el presupuesto del proyecto (categoría presupuestaria A) por función/perfil y describa brevemente su función.
Aporte el currículum del gestor del proyecto y, en caso necesario, el currículum de todos los agentes clave.

Nombre y función	Organización	Función/tareas/perfil profesional y experiencia
Jose Ricardo Pellicer Jordán, Director de Promoción y Comunicación del	CRDOP JAMÓN Y PALETA DE TERUEL	Función: Coordinador Tareas: Será responsable de coordinar las operaciones cotidianas de la campaña, en relación con las agencias ejecutoras y subcontratistas, y de supervisar el reporte a CHAFEA y a las autoridades nacionales (Ministerio de Agricultura y FEGA).



Consejo Regulador		<u>Perfil profesional:</u> Grado superior de Industrias Alimentarias. Ha trabajado como auditor e inspector del Consejo Regulador de la DOP Jamón de Teruel desde 2003. Desde 2022, coordina todas las acciones de promoción, comunicación corporativa y campañas de promoción del CRDOP Jamón de Teruel.
Ricardo Mosteo, Director General	CRDOP JAMÓN Y PALETA DE TERUEL	<u>Función:</u> Gerente de proyecto asociado <u>Tareas:</u> Será el responsable de la planificación, supervisión de las operaciones y actividades estratégicas y de compartir y reportar información al equipo de apoyo del proyecto, así como la gestión de las notificaciones con CHAFAE y el MAPAMA <u>Perfil profesional:</u> Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Zaragoza, Mosteo cuenta con un dilatado bagaje en el sector vinícola y jamonero. El gerente del C.R.D.O Jamón de Teruel/Paleta de Teruel desde enero de 2015, pasó a ocupar también la presidencia de la entidad en abril de 2016. En el plano internacional alcanzó un acuerdo con Guía Peñín que se ha traducido en acciones tan notables como la presentación del jamón de Teruel en Tokio (Japón) en julio de 2015 o las catas desarrolladas junto a los mejores vinos del mundo tanto en Madrid como en Barcelona en los últimos dos años.
Yolanda Giménez	CRDOP JAMÓN Y PALETA DE TERUEL	<u>Función:</u> Gerente administrativo. <u>Tareas:</u> Será la responsable financiera del programa y responsable de apoyar al director del proyecto en la coordinación de las actividades, el análisis financiero y la preparación de los informes a Chafea y a las autoridades nacionales. <u>Perfil profesional:</u> Con grado F.P Administrativo, Comercial y Contable, cuenta con 21 de años de experiencia en la administración y secretaria general del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Jamón de Teruel/Paleta de Teruel.

Recursos externos (subcontratación, personal desplazado, etc.)

Si no dispone de todas las competencias/recursos internamente, describa cómo piensa obtenerlos (contribuciones de miembros, organizaciones asociadas, subcontratación, etc.).

Describe los procedimientos internos de selección de subcontratistas (por ejemplo, organismos de ejecución o evaluación).

En caso de que estén previstas ayudas financieras a terceros (entidades vinculadas), explique su papel en el proyecto (véase también la sección 5).

a) Recursos externos:

A nivel recursos se contará:

1. Con otros recursos internos no remunerados. En concreto con, Isidro Escriche Vicente, en calidad de gerente de apoyo que ayudará al equipo directivo y colaborará en las acciones de promoción que se desarrollen a lo largo de la campaña, en especial aquellas que impliquen demostración de corte de jamón de Teruel a cuchillo.
2. Con subcontratación de organismos de ejecución y de evaluación.

b) Procedimientos internos para la selección de subcontratistas:

Tal y como se establece en el Real Decreto 38/2017 de 27 de enero, sobre disposiciones para la aplicación de la normativa de la UE en materia de acciones de información y promoción relativas a productos agrícolas, y en el Reglamento (UE) n.º 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, sobre acciones de información y de promoción de productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países, y siguiendo las directrices para la selección de organismos de ejecución dirigidas a las entidades proponentes que acceden a ayudas para el desarrollo de acciones de información y promoción en el mercado interior en el marco de programas simples, se licitó una convocatoria pública el 20 de febrero de 2025. Esta convocatoria fue publicada en la página DOP Jamón de Teruel y el Ministerio de Agricultura de España.

Para este procedimiento competitivo se ha contado con la supervisión del Ministerio de Agricultura de España, que ha velado por la difusión, la igualdad de trato y la concurrencia competitiva.

A la convocatoria pública se presentó una única agencia, AGR Food Marketing (AGR BLAY S.L.), que formalizó su propuesta cumpliendo todos los requisitos del concurso y alineándose con los objetivos del brief. Tras su evaluación, y garantizando los principios de transparencia, concurrencia, mejor relación calidad-precio y ausencia de conflicto de intereses, fue seleccionada como organismo de ejecución el 5 de abril de 2025.

Está prevista la selección de una empresa de investigación de mercados, en caso de que se apruebe el programa, siguiendo el mismo modelo de procedimiento de selección descrito anteriormente. Dicha agencia será responsable de realizar, durante cada uno de los tres años de campaña, el pre-test (durante el año 1) y



post-test (los tres años) que permitirán medir de manera cuantitativa y cualitativa el impacto de la campaña para evaluar su eficacia. La metodología utilizada será adecuada al tipo de acciones previstas. No se contemplan ayudas financieras a terceros.

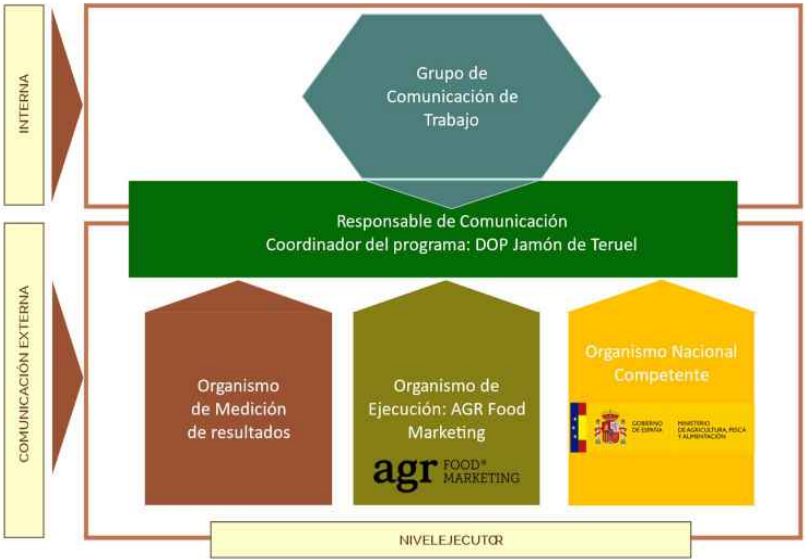
2.4 Gestión y toma de decisiones del consorcio

Gestión y toma de decisiones del consorcio

Explique la estructura de gestión y los mecanismos de toma de decisiones del consorcio. Describa cómo se tomarán las decisiones y cómo se garantizará una comunicación regular y eficaz. Describa los métodos para garantizar la planificación y el control.

Para la correcta supervisión del programa, hemos establecido distintos niveles de comunicación:

- **Nivel ejecutor:** Incluye comunicación horizontal entre la DOP, el Grupo de Trabajo establecido y el Coordinador de proyecto de las organizaciones proponentes, el cual será el interlocutor con el director de la cuenta del organismo de ejecución, con el organismo de medición y con los organismos del estado miembro y de EREA. La comunicación será continua y se centrará en la información y supervisión del progreso del proyecto, definiendo los temas relacionados con la estrategia de comunicación durante la implementación y abordando los temas críticos y la supervisión general de los resultados.
- **Nivel coordinador:** Incluye comunicación horizontal entre la DOP, el Grupo de Trabajo establecido y el Coordinador de proyecto de las organizaciones proponentes. Esta comunicación será regular ya que durante la implementación de la acción surgen cuestiones a consultar para la toma de decisiones por parte del coordinador general.
- **Comunicación interna:** Incluye la comunicación horizontal y vertical entre los miembros del equipo del proyecto. La comunicación entre los miembros será diaria y regular con el fin de garantizar la consulta adecuada, el acuerdo y la información sobre las actividades de aplicación, acciones correctivas, etc. confirmaciones.
- **Comunicación externa:** Incluye la comunicación con otros organismos externos relacionados con el proyecto (como las autoridades nacionales) y también otros organismos como las organizaciones gremiales, Cámaras de Comercio, oficinas financieras y de asuntos comerciales y otros organismos en los países destinatarios. El nivel de comunicación se mantendrá constante y formal.



#§CON-SOR-CS§# #@PRJ-MGT-PM@#

2.5 Gestión, control de calidad y seguimiento del proyecto: métodos de evaluación e indicadores del proyecto

Gestión, control de calidad y seguimiento del proyecto

Describa las medidas previstas para garantizar que la ejecución del proyecto sea de alta calidad y se complete a tiempo.



Describe los métodos que se emplearán para conseguir una buena calidad y realizar un buen seguimiento, planificación y control, incluida la supervisión del trabajo de los subcontratistas (por ejemplo, organismo de ejecución, organismo de evaluación, etc.).

A. Mapping

El Programa será organizado con la siguiente estructura de gestión y coordinación interna de los participantes y organismo de ejecución:

- La DOP Jamón de Teruel es el organismo proponente y actuará como coordinador del proyecto.
- AGR Blay, S.L. será el organismo de ejecución.
- Si finalmente se aprueba la propuesta por parte de EREA y finalmente se lleva a cabo el programa, se seleccionará el organismo de evaluación de resultados siguiendo los criterios establecidos para el organismo de ejecución.

B. Estrategia de coordinación interna dentro del propio organismo y subcontratista

El organismo proponente DOP Jamón de Teruel estará en continua comunicación con el organismo que ejecuta las acciones propuestas, la agencia AGR Food Marketing. Se va a realizar un seguimiento del calendario de acciones establecido para que se ejecuten a su debido tiempo, con anterioridad a la puesta en marcha, se pedirá a la agencia de comunicación que presenten el presupuesto de la acción a desarrollar, para que no sea superior a la partida presupuestada. También, en las acciones que sea posible, se supervisará a la agencia los mensajes que se transmiten para que sean los correctos y cumplan con los objetivos del programa. Además de contar con las aprobaciones pertinentes del departamento responsable de MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación).

C. Mecanismos de control de calidad

Los mecanismos de control consistirán en un monitoreo de cada actividad con un conjunto de indicadores clave de desempeño cuantitativos, cualitativos y de resultados establecidos -output - resultado – impacto- (impacto, comunicados de prensa, acciones en línea, visitantes a eventos, nivel de prueba, consumo y sensibilización...) y servicios de auditoría para cada actividad prestando especial atención al control de calidad, ROI y el principio de coste-efectividad.

Una reunión mensual personal se celebrará entre la entidad ejecutora y la agencia evaluadora. Al menos 2 veces al año, la entidad proponente establecerá reuniones de control con el organismo de ejecución para la evaluación y seguimiento de las actividades. Por lo menos una vez al mes se celebrará una reunión formal y programada en línea entre el coordinador, el equipo de apoyo y el organismo de ejecución, y en todo caso, si en cualquier momento por las circunstancias de las actividades, se considere necesario.

Los **servicios específicos de auditoría** para cada actividad serán:

- Las herramientas de comunicación serán auditadas con una copia física de cada pieza producida y un borrador/documento en línea si está disponible.
- Los resultados de las actividades de Relaciones Públicas serán auditados por un servicio de press clipping. Los eventos de Relaciones Públicas serán auditados por documentación, informes e imágenes de la agencia de implementación y los solicitantes.
- Las actividades digitales/online se medirán mediante herramientas de informes de marketing digital (tanto para herramientas gratuitas como de pago) y se auditarán a través de informes de alcance digital e instantáneas.
- Los eventos serán auditados con fotografías, documentación e informes del organismo de implementación y las entidades proponentes.

Garantía de ejecución y presupuesto. Se incluirá en el contrato entre la entidad proponente y el organismo de ejecución que cualquier desviación no justificada en la ejecución de las actividades será motivo de rescisión del contrato y solicitud de daños y perjuicios en su caso.

Garantía de control de las actividades: el equipo de gestión y apoyo, y las actividades planificadas, están diseñadas para asegurar los principales objetivos del programa y minimizar costes y riesgos. El equipo directivo seguirá de cerca la implementación diaria de las actividades por el organismo de ejecución y habrá cláusulas de penalización para asegurar la exactitud del desarrollo de las diferentes áreas y actividades del programa. También se evaluarán y ejecutarán las medidas de corrección (incluyendo la aplicación de sanciones o el cambio de subcontratistas, si es necesario).

El siguiente conjunto de herramientas está predefinido para garantizar la adecuada supervisión y control de las actividades:

- Un calendario semestral, un mes antes de cada semestre, que contendrá la descripción resumida de las actividades y el presupuesto en ese período de ejecución.
- Un informe de actividad semanal con las acciones en curso y cualquier posible desviación del calendario programado.



- Un informe técnico y económico al final de cada actividad.
- Un informe técnico y económico anual que incluya la medición de resultados.
- Si es necesario, una Adenda anual de acuerdo con la necesidad de adaptación al año siguiente del año en curso.

Métodos de evaluación e indicadores del proyecto

Describe los métodos e indicadores de evaluación (cuantitativos y cualitativos) utilizados para supervisar y verificar el alcance y la cobertura de las actividades y los resultados. Los indicadores propuestos para medir los avances deben ajustarse a la lista de indicadores establecida en el Reglamento (UE) 2015/1831.

Los cuadros que figuran a continuación deben rellenarse con los indicadores de productividad y de resultados de cada paquete de trabajo. Los indicadores de impacto deben ajustarse a los objetivos enumerados del proyecto. Por cada indicador de impacto, inserte los valores base de referencia y los valores al final del programa.

- Para verificar los resultados económicos:
Se utilizará como fuente el Panel de Consumo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).
- Para verificar los resultados informativos:

1) Método de investigación ad hoc. Esta medición del logro de los objetivos de la acción se propone realizar con un organismo evaluador externo independiente, especializado en investigación de mercados.

Este organismo trabajará diseñando una metodología de investigación cuantitativa cuyo tipo de entrevista será online CAWI (Computer Assisted Web Interview). Consistirá en un cuestionario auto administrado que permita la posibilidad de completar la entrevista a través de diferentes dispositivos digitales y en diferentes momentos, con almacenamiento de las secciones del cuestionario ya cumplimentadas. Además, permitirá el seguimiento obligatorio de la secuencia de preguntas del cuestionario en la ejecución de la entrevista, filtros automáticos, inserción de respuestas anteriores en el texto de una pregunta, rotación o aleatoriedad de respuestas, creación de zonas individuales de memoria específicas para verbatim de respuestas a preguntas abiertas o códigos "Otros", controles de incoherencias con respuestas anteriores y mensajes de error y cálculos e índices automáticos a partir de respuestas anteriores para verificación por parte del entrevistado.

La muestra de la investigación se obtendrá de una extracción aleatoria del universo poblacional que compone el público objetivo al que va dirigido el Programa: responsables de la compra en el hogar 35 a 70 años. El perfil socio demográfico de la muestra coincidirá con el perfil del universo del público objetivo, para lo cual, previo al inicio de las entrevistas, se calcularán y fijarán cuotas por las variables de género, edad y área geográfica que se controlarán a medida que avance el trabajo de campo para asegurar su correcto cumplimiento. El cuestionario diseñado para realizar las entrevistas constará de preguntas cerradas y algunas abiertas para responder en espontáneo, teniendo una duración máxima de 10 minutos en la medición Pre-Test y de 15 minutos para las mediciones Post-Test.

La investigación se divide en diferentes mediciones:

- Año 1: 1 medición Pre-Test y 1 medición Post-Test. Total 1.400 encuestas (700 por medición)
- Año 2: 1 medición Post-Test. Total 700 encuestas.
- Año 3: 1 medición Post-Test. Total 700 encuestas.

¿Cuándo se van a llevar a cabo las evaluaciones? Las encuestas de la medición Pre-Test se realizarán antes del inicio de las acciones de la campaña del año 1. Las encuestas de las mediciones Post-Test se realizarán al final de la implementación de las acciones de cada año, justo el día después de la finalización de las acciones para que la diferencia de tiempo entre la implementación de las acciones y la evaluación de estas sea mínima. Se consensuará entre las partes qué acción se toma como referencia para elegir la fecha de comienzo de la evaluación, bien sea la última acción de todas, la que más impacto genera entre el público objetivo o la que mayor inversión ha requerido.

Para evaluar el cumplimiento del objetivo relacionado con el rendimiento informativo del Programa, la investigación abordará los siguientes objetivos específicos:

1. Incremento del número de personas que reconoce el logotipo de Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea en general y que conoce la DOP Jamón y Paleta de Teruel DOP.
2. Incremento del número de personas que conocen las bondades de los productos agrícolas D.O.P. de la Unión Europea.

2) Otros métodos oficiales de medición son mediante las herramientas internacionales de monitorización. Estos métodos facilitarán la supervisión de las audiencias ya que son un referente de medición:

- Medios Televisión: fuente Kantar Media
- Medios Online: Fuentes Audience on Demand – GfK DAM
- Digital/Web: Fuentes Google Analytics

Indicadores de productividad y de resultados

PAQUETE DE TRABAJO	Indicadores de productividad	Indicadores de resultados
Paquete de trabajo 1	5.040 horas de trabajo 50 viajes	
Paquete de trabajo 2	<u>2.1 Gabinete de prensa:</u> 22 piezas de prensa (notas, convocatorias) 12 informes trimestrales de clipping 3 cata a ciegas de producto 18 envíos a prensa - Entre 6 y 9 chefs colaboradores de campaña <u>2.2 Eventos para la prensa:</u> 1 evento de presentación (año 1)	<u>2.1 Gabinete de prensa:</u> - Audiencia alcanzada con publicaciones generadas sin coste: 3.000.000 - Profesionales de la comunicación que recibirán información de la campaña: 1.500 - Profesionales de la comunicación asistentes a la cata a ciegas: 18 - Número de artículos publicados gratuitamente: 36 - Valor publicitario del clipping: 390.000€ <u>2.2 Eventos para la prensa:</u> - Periodistas/profesionales de la comunicación asistentes al evento de presentación: 10 (año 1) - Número de artículos publicados gratuitamente: 23 (año 1) - Audiencia alcanzada con publicaciones sin coste: 8.000.000 (año 1) - Valor informativo del clipping: 708.000
Paquete de trabajo 3	<u>3.1 Sitio Web</u> - Numero de artículos de blog: 12 - Número de web: 1 - Landing page promocional: 1	<u>3.1 Sitio Web</u> Número de visitas: 60.000
Paquete de trabajo 4	<u>4.1 Publicación en papel:</u> - Inserciones estimadas: entre 33 y 37 <u>4.2 Televisión:</u> - GRP'S emitidos: 1.620 - OTS: Entre 21,5 y 26,8 <u>4.3 Radio:</u> - Menciones estimadas: entre 300 y 320 <u>4.4 Online:</u> - Impresiones estimadas: 29.500.000	<u>4.1 Publicación en papel:</u> - Número de contactos estimados: 362.000 - Fuente: EGM 3er año móvil 2024 <u>4.2 Televisión:</u> - Número de contactos estimados: 241.000.000 - Cobertura estimada: 60% - Fuente: Kantar Media, RCH Py <u>4.3 Radio:</u> - Número de contactos estimados: 2.600.000 - Fuente: EGM 3er año móvil 2024 <u>4.4 En línea:</u> - Cobertura estimada: 17% - Fuente: GFK. Febrero 2024
Paquete de trabajo 5	<u>5.1 Publicaciones, dossier de prensa, artículos de promoción:</u> 1 Look&feel 1 Shooting de 10 fotografías (año 1) <u>5.2 Videos promocionales:</u> 1 spot de 20" (año 1)	
Paquete de trabajo 6	<u>6.2 Reuniones empresa a empresa:</u> 4.500 llamadas de telemarketing 3.000 postales	<u>6.2 Reuniones empresa a empresa:</u> - Número de profesionales de la distribución y HORECA contactados que han recibido el pack/kit Informativo vip y básico: 3.165



	3.000 pack/kits informativos básicos 165 pack/kits informativo vip	
Paquete de trabajo 9	<u>9.1 Evaluación de resultados:</u> 2.800 entrevistas	
Indicadores de impacto		
Descripción de indicador de impacto	Base de referencia	Final del programa
Para el régimen de calidad Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea, aumentar su reconocimiento 3 puntos porcentuales. Para la DOP Jamón y Paleta de Teruel DOP aumentar su reconocimiento 3 puntos porcentuales	Resultado estudio Pre-Test (*)	Incremento de 3 puntos porcentuales del reconocimiento del logotipo Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea con respecto al resultado obtenido en el estudio Pre-Test. Incremento de 3 puntos porcentuales del reconocimiento de la DOP Jamón y Paleta de Teruel con respecto al resultado obtenido en el estudio Pre-Test.
Alcanzar una asociación superior al 60% de la Denominación de Origen Protegida a los conceptos de "Origen" y "Calidad".	Resultado estudio Pre-Test (*)	Asociación a "Origen" superior al 60% Asociación a "Calidad" superior al 60%
Alcanzar un incremento estadísticamente significativo entre los resultados de la medición Post-Test año 1 y la medición Post-Test del año 3	Resultado estudio Pre-Test (*)	Incremento estadísticamente significativo entre los resultados de la medición Post-Test año 1 y la medición Post-Test del año 3.
Incremento del valor total de las ventas en España de Jamón y Paleta de Teruel DOP y de su cuota de mercado	El valor de referencia es la previsión actual de ventas para 2026-2028 sin campaña, obtenida a través de la proyección de la evolución media del valor de venta durante los últimos 5 años sin campaña, y la cuota de mercado actual estimada en valor (3,3%).	Alcanzar un incremento total (acumulado en los tres años) de al menos 26,95 millones de euros en valor estimado de venta al público de Jamón y Paleta de Teruel DOP, respecto al escenario proyectado sin campaña. Lo que significaría alcanzar una cuota de mercado del 4% (un incremento del 22,5% en cuota de mercado).

#\$PRJ-MGT-PM\$# #@\$FIN-MGT-FM@#

2.6 Rentabilidad y gestión financiera

Rentabilidad y gestión financiera
Describe las medidas adoptadas para conseguir que los resultados y objetivos propuestos se alcancen de la manera más rentable posible. Indique las medidas adoptadas para la gestión financiera del proyecto y, en particular, cómo se asignarán y gestionarán los recursos financieros en el consorcio.
 **NO debe comparar ni justificar los costes de cada paquete de trabajo, sino resumir brevemente por qué su presupuesto es rentable.**

A) Rentabilidad
 Las medidas adoptadas son:
 Previo a la presentación del formulario del Programa se han valorado a nivel económico las propuestas recibidas en la Convocatoria Concurso de agencias. Concretamente en el apartado de criterios se incluyó la valoración con la solicitud a los participantes de la "Descripción clara de los costes estimados y los resultados concretos previstos".
 Durante su ejecución, las medidas para conseguir el logro de los objetivos y los resultados propuestos de la acción del modo más rentable se realizarán con controles de precio eventuales. Estos controles se realizarán solicitando al organismo ejecutor y para una actividad concreta y elegida de manera aleatoria, siempre con



anterioridad a la puesta en marcha, tres presupuestos de características iguales o similares que sirvan para verificar que se es competente en precio de mercado.

B) Gestión financiera

El Consejo Regulador goza de una situación financiera estable garantizada por las cifras de su recaudación por prestación de servicios y de su carácter de entidad sin ánimo de lucro, tal y como reflejan los parámetros obtenidos en el LFV.

El importe de la inversión prevista en el presente programa y su imputación se muestra en el siguiente cuadro:

Propuesta: SEP - 211142589
DOP – JdT - 2025
PLAZO EJECUCION 2026-2028

D.O. JAMON DE TERUEL	Año 1	Año 2	Año 3	TOTAL
Costes directos de la subcontratación	921.769,16	912.876,05	911.886,05	2.746.531,26
Costes de personal y otros costes directos	77.587,43	77.587,43	77.587,43	232.762,28
TOTAL PRESUPUESTO PROGRAMA	999.356,59	990.463,48	989.473,48	2.979.293,54
Aportación UE (70%)	699.549,61	693.324,43	692.631,43	2.085.505,48
Aportación Organización Proponente (30%)	299.806,98	297.139,04	296.842,04	893.788,06

Para su financiación se plantea el siguiente esquema:

- El Consejo Regulador, en cada ejercicio de los tres que consta el programa, facturará a sus asociados adicionalmente el importe equivalente a su cuota de participación en el mismo, imputando como base el total del importe anual de la campaña más su IVA correspondiente y repercutiendo a cada asociado igualmente su cuota de participación en la subvención a percibir. El resultado será que recaudará en cada periodo de sus asociados el 30% que compromete el CR como aportación más el cobro del IVA que habrá de soportar en cada ejercicio, resultando neutro este concepto impositivo.
- Igualmente se plantea como fuente de ingresos en el inicio de las actividades, la solicitud del anticipo de prefinanciación por el 20% de la contribución total de la UE, con un máximo de 417.101,10 €
- Adicionalmente, para cubrir los déficits temporales de tesorería entre ingresos y gastos que se producirán en el desarrollo del programa, el Consejo Regulador cuenta con la opción de formalizar una línea de crédito con su Entidad Financiera con límite aproximado de 550.000 €, que junto a sus propios recursos garantizarán el normal desarrollo y financiación de los pagos a realizar hasta la justificación y cobro de los pagos intermedios y saldo del programa.

La previsión de tesorería anualizada y su evolución se muestra en el siguiente cuadro:

SEP – 211142589 DOP – JdT - 2025	Año 1	Año 2	Año 3	Saldo
Gastos Subvencionables	999.356,59	990.463,48	989.473,48	
TOTAL PAGOS PERIODO, IVA incluido	-1.209.221,47	-1.198.460,81	-1.197.262,91	
INGRESOS				
Aportacion Entidad Proponente DO JAMON DE TERUEL	299.806,98	297.139,04	296.842,04	
Ingreso IVA Repercutido por facturación a Asociados	209.864,88	207.997,33	207.789,43	
Anticipo de prefinanciación	417.101,10			
Pagos intermedios		699.549,61	693.324,43	275.530,34



Déficit / Superavit periodo	-282.448,52	6.225,18	693,00	275.530,34
SALDO ACUMULADO DE TESORERÍA (*)	-282.448,52	-276.223,34	-275.530,34	0,00

(*) Los saldos negativos acumulados en la tesorería del programa serán cubierto mediante la formalización de una línea de crédito con un límite de disposición de aproximadamente 550.000€ acordada con una Entidad Financiera.

#\$FIN-MGT-FM\$# #@\$RSK-MGT-RM@#

2.7 Gestión de riesgos

Riesgos críticos y estrategia de gestión de riesgos			
<i>Describe los riesgos, las incertidumbres o las dificultades críticas relacionados con la ejecución de su proyecto, así como sus medidas y su estrategia para darles respuesta.</i>			
<i>Indique para cada riesgo (indicado en la descripción) su impacto y la probabilidad de que el riesgo se materialice (alto, medio, bajo), incluso después de tener en cuenta las medidas de mitigación.</i>			
<i>Nota: En todas las organizaciones se producen incertidumbres y acontecimientos inesperados, aunque estén muy bien gestionados. El análisis de riesgos le ayudará a predecir problemas que podrían retrasar u obstaculizar las actividades del proyecto. Una buena estrategia de gestión de riesgos es esencial para una buena gestión del proyecto.</i>			
N.º del riesgo	Descripción	N.º del paquete de trabajo	Medidas propuestas de mitigación del riesgo
1	El organismo de ejecución no tiene solvencia para ejecutar Probabilidad BAJA e impacto MODERADO	1-2-3-4-5-7	Cambio inmediato de subcontratista
2	El organismo de ejecución no cumple con las condiciones del contrato exigidos y las obligaciones definidas en los estudios previos al contrato Probabilidad BAJA e impacto MODERADO	1-2-3-4-5-7	Cambio inmediato de subcontratista y sanción al contratista en función de los daños
3	Debilidad, del organismo de ejecución, en la determinación de los requisitos en cuanto a las obligaciones y nivel de experiencia del equipo, según honorarios; es decir, demoras en la contratación e incumplimiento de las actividades del contrato Probabilidad BAJA e impacto MODERADO	1-2-3-4-5-7	Sanción al contratista según bases estipuladas en contrato Proceso de monitoreo y control, por parte de los Organismos Proponentes, para asegurar el buen desarrollo del proyecto en todo momento, incluso después de la finalización de este.
4	No cumplimiento de los objetivos planteados (indicadores) Probabilidad BAJA e impacto MODERADO	2-3-4-7	Se harán adendas para corregir esta circunstancia
5	Cambio de normativa a nivel de Leyes (Publicidad) que afecta a la producción del programa Probabilidad BAJA e impacto MODERADO	2-3-4-7	Informe Adenda y regulación para la correcta ejecución de una o varias actividades
6	Condiciones climatológicas anómalas que afecten al volumen de producción ante la presencia de eventos naturales extremos como inundaciones, plagas, etc. Probabilidad BAJA e impacto MODERADO	2-7	Modificar temporalmente las acciones para adecuarnos a las circunstancias del mercado en términos de periodos de campaña, presupuesto y volumen.
7	Condiciones sociales adversas que puedan afectar al proyecto, tales como huelgas u otras situaciones de orden público relacionado con la población. Probabilidad BAJA e impacto MODERADO.	2-7	Modificar temporalmente las acciones para adecuarnos a las circunstancias del mercado en términos de periodos de campaña, presupuesto y volumen.
8	Riesgos económicos por incertidumbre situación post pandémica. Probabilidad MEDIA e impacto MODERADO	1-2-3-4-5-7	Modificar temporalmente las acciones

#\$RSK-MGT-RM\$# #@\$SQUA-LIT-QL\$# #@\$IMP-ACT-IA@#

3. IMPACTO



3.1 Impacto y rendimiento previsto

Impacto y rendimiento previsto

Defina los efectos del proyecto a corto, medio y largo plazo.

Especifique el beneficio directo o indirecto para otros productores de la UE y el impacto específico de la acción en términos de sostenibilidad medioambiental y socioeconómica.

Describa el potencial del proyecto para aumentar la demanda o la cuota de mercado. Cuantifique el impacto a nivel de la entidad proponente o de su Estado miembro.

Justifique el nivel de inversión por el rendimiento previsto de la inversión o por el aumento de la sensibilización.

3.1.1. Definición de impacto a corto y largo plazo del proyecto a escala UE.

El objetivo del programa que proponemos es, no solo beneficiar los intereses de la entidad proponente, sino los de cualquier productor reconocido con los sellos de calidad europeos, D.O.P e I.G.P. La campaña destacará las características de los productos acogidos a figuras de calidad diferenciada. Por tanto, todos los productos que están sujetos a estas figuras se verán beneficiados, especialmente aquellos cuyo grado de conocimiento entre los consumidores es menor.

Por otra parte, siguiendo la lógica de la nueva PAC, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con los que se ha comprometido la UE, y la estrategia “De la Granja a la Mesa”, buscamos conseguir un impacto sostenible a escala de la UE, basado en tres pilares: el económico, el medioambiental y el social. Queremos crear un impacto real, del que se beneficiarán otros operadores de la UE, especialmente en cuanto a:

Corto plazo

- **Contribución al Pacto Verde Europeo y la estrategia “De la Granja a la Mesa” (ODS 17).** El Pacto Verde Europeo incorpora una hoja de ruta con acciones para impulsar el uso eficiente de los recursos, mediante el cambio hacia una economía limpia y circular que ralentice y minimice los efectos del cambio climático, recupere la pérdida de biodiversidad y reduzca la contaminación (ODS 13). La DOP y Paleta de Teruel está firmemente comprometida con este propósito. Consiguiendo una mayor visibilidad, también esperamos conseguir convertirnos en un ejemplo que puedan seguir otros operadores de la UE.

- **Aumento de la competitividad y ventas de los productos reconocidos con el sello D.O.P. e I.G.P. europeos.**

Medio plazo

- **Crecimiento inclusivo y sostenible de las áreas rurales de la UE (ODS 11 y 15).** Nuestra actividad contribuye al aumento de la riqueza económica de estas áreas rurales, y en una zona especialmente castigada por la despoblación como es Teruel. Los ingresos generados por las actividades agroalimentarias rurales se reinvierten en estas mismas zonas. Es la mejor manera de crear “desarrollo rural” a medio plazo, ya que genera medios de vida y alternativas que evitan la despoblación rural, en línea con la estrategia “De la Granja a la Mesa” ([Rural areas and the primary sector in the EU- Comisión Europea](#)).

- **Seguridad Alimentaria de la UE (ODS 2).** La suma de conocimiento, innovación, fijación de estándares y medidas regulatorias dan lugar a avances en la producción y procesamiento de alimentos que los hacen más seguros y de mayor calidad. Los sellos de calidad reconocidos por la U.E. son un gran ejemplo de estas ventajas.

A largo plazo

- **Igualdad de oportunidades, empleo digno y fin de la pobreza (ODS 1,8,10).** Una mayor competitividad del sector aumentará su atractivo para captar talento entre las nuevas generaciones, y generar empleo digno. Esto también ayudará a solucionar el problema del envejecimiento de las zonas rurales.

Apoyo a zonas rurales y freno a la despoblación (ODS 10, 11). Se calcula que en el medio rural se genera el 70% del valor de la producción del sector agroalimentario, principal motor de empleo en estas zonas rurales. Este sector supone un gran freno a la despoblación rural.

3.1.2. Impacto del proyecto en términos de rendimiento económico e informativo

a) Rendimiento económico

El retorno de la inversión (ROI) que esperamos obtener es de 8,16€ por euro invertido, directamente en las ventas de Jamón y Paleta de Teruel DOP en España. A este retorno de la inversión faltaría añadir el impacto que tendrá nuestra campaña en las ventas de los demás productos con sello de calidad D.O.P. e I.G.P., que no se calcula aquí por su complejidad, pero que sin duda será significativo, al ser una campaña enfocada en poner estos sellos en valor y los productos amparados por ellos, y por tanto que beneficiará al resto de productos DOP e IGP de venta en el mercado español.

Notas metodológicas. Hemos calculado estos datos teniendo en cuenta:

- Datos 2017-2023 que nos aporta el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) sobre las ventas de jamón curado en España, así como los datos de Jamón y Paleta de Teruel DOP. Se ha seleccionado un



período largo (7 años) para diluir el impacto de las anomalías causadas por la crisis del COVID-19 y su doble impacto en la economía (aumento del consumo e inflación) entre 2020 y 2022.

- A partir del año 2024, hemos calculado la evolución del total del mercado de Jamón y Paleta Curado en España (en valor de ventas al consumidor) teniendo en cuenta la variación media de los años anteriores. Para el cálculo de la evolución de las ventas de Jamón y Paleta de Teruel, hay que tener en cuenta que durante los años 2022, 2023 y 2024 se ha ejecutado en España un programa AGRIP-Simple de información de promoción que ha tenido un gran impacto en las ventas durante ese período. Por lo tanto, la proyección de ventas sin campaña excluye en el cálculo estos tres años de campaña anterior.
- Valor ventas calculado según datos MAPA (Panel Alimentario consumo hogar) y datos oficiales de la DOP Jamón y Paleta de Teruel, estimados teniendo en cuenta los márgenes habituales los minoristas.

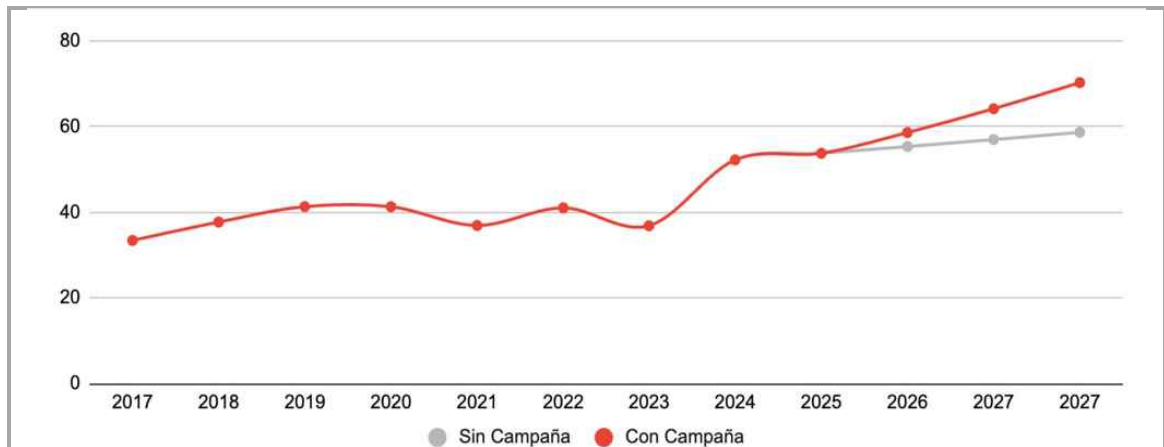
Valor de ventas totales en España (millones de euros)

									VALORES PROYECTADOS			
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024*	2025	2026	2027	2028
Total Jamón y Paleta Curado en España	1.355	1.363	1.449	1.611	1.556	1.444	1.551	1.587	1.625	1.663	1.702	1.742
Var. vs. Anterior	1,60%	0,57%	6,29%	11,19%	-3,40%	-7,21%	7,41%	2,35%				
Media variación %	2,35%											
						CAMPAÑA ANTERIOR			SIN CAMPAÑA			
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2027
Jamón y Paleta de Teruel DOP en España	33,4	37,7	41,3	41,27	36,90	41,01	36,83	52,22	53,75	55,33	56,96	58,63
Cuota Mercado	2,46%	2,77%	2,85%	2,56%	2,37%	2,84%	2,37%	3,29%	3,31%	3,33%	3,35%	3,37%
Var. vs. Anterior		12,87%	9,55%	-0,07%	-10,60%	11,14%	-10,19%	41,77%	2,94%			
Media variación %	2,94%					14,24%						

	CON CAMPAÑA			TOTAL
	2026	2027	2028	
Valor de ventas en España Jamón y Paleta de Teruel DOP	58,59	64,16	70,25	
Cuota Mercado proyectada con campaña	3,52%	3,77%	4,03%	
Variación proyectada vs. año anterior con campaña	9,0%	9,5%	9,5%	
Valor de ventas adicional conseguido gracias a la campaña (Millones de euros)	4,84	8,82	13,29	26,95
			ROI	8,16

Previsión del valor de ventas en España Jamón y Paleta de Teruel DOP con y sin campaña (millones de euros)





c) Rendimiento informativo

De las acciones del Programa orientadas a un rendimiento informativo, se va a cuantificar el impacto previsto de las mismas en términos del número de personas al que se ha llegado de forma efectiva y se ha aumentado la sensibilización, es decir, que han adquirido nuevos conocimientos o han mejorado su valoración u opinión.

El primer paso es establecer una base de referencia para indicar el impacto del proyecto frente a un escenario en el que no se llevara a cabo el proyecto. Para las acciones de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel esta base de referencia será el resultado de un estudio Pre-Test a realizar antes del inicio de las acciones de la campaña del año 1. Los diferentes indicadores de impacto junto a sus bases de referencia y objetivos específicos son:

1. Aumentar el conocimiento y reconocimiento del régimen de calidad Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea en general y de la DOP Jamón y Paleta de Teruel DOP en particular

- Indicador: Incremento del número de personas que reconoce el logotipo de Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea en general y que conoce la DOP Jamón y Paleta de Teruel DOP

- Objetivo: Para el régimen de calidad Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea, aumentar su reconocimiento 3 puntos porcentuales. Para la DOP Jamón y Paleta de Teruel DOP aumentar su reconocimiento 3 puntos porcentuales.

El indicador del régimen de calidad Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea se medirá a través de la siguiente pregunta de respuesta cerrada de Sí y No:

Pregunta: “¿Cuál de los siguientes logotipos conoce?”.

El % de individuos que conoce el logotipo será el acumulado de aquellos entrevistados que seleccionan el logotipo de Denominación de Origen Protegida, de entre el resto de los logotipos mostrados (FAIRTRADE, ORGANIG FARMING, TRADITIONAL SPECIALTY GUARANTEED, tal y como se realiza en el Eurobarómetro 504)

Se considerará que un individuo conoce el logotipo del régimen de calidad Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea cuando responda “Sí, lo conozco” al logotipo en cuestión. El incremento en términos absolutos del número de personas que superen esta pregunta al final del Programa en comparación a la base de referencia de los resultados Pre-Test, es el impacto de sensibilización de este indicador.

El indicador de la DOP Jamón y Paleta de Teruel DOP se medirá a través de la siguiente pregunta de respuesta cerrada de Sí y No:

Pregunta: “¿Conoce las siguientes Denominaciones de Origen de jamón curado?”.

El % de individuos que conoce la DOP Jamón y Paleta de Teruel DOP será el acumulado de aquellos entrevistados que seleccionan la DOP Jamón y Paleta de Teruel DOP, de entre el resto de las denominaciones de Origen de jamón curado.

Se considerará que un individuo conoce la DOP Jamón y Paleta de Teruel DOP cuando responda “Sí, lo conozco” a la DOP en cuestión. El incremento en términos absolutos del número de personas que superen esta pregunta al final del programa, en comparación a la base de referencia de los resultados Pre-Test, es el impacto de sensibilización de este indicador.

2. Aumentar el nivel de conocimiento de los consumidores sobre las bondades de los productos agrícolas D.O.P. de la Unión Europea y los elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.



- Indicador: Incremento del número de personas que conocen las bondades de los productos agrícolas D.O.P. de la Unión Europea
- Objetivo: Alcanzar una preferencia hacia los productos D.O.P. por parte de los consumidores y, para ello, mantener su asociación a los conceptos de “Origen” y “Calidad”. Se establece como objetivo alcanzar una asociación superior al 60% a los conceptos de “Origen” y “Calidad”.

Este indicador se medirá a través de la siguiente pregunta:

Pregunta: ¿Qué es para usted una Denominación de Origen Protegida de un producto alimenticio?”. El % de consumidores que la asocie a Origen serán aquellos que marquen la opción de respuesta Origen. El % de consumidores que la asocie a Calidad serán aquellos que marquen la opción de respuesta Calidad. El incremento en términos absolutos del número de personas que superen esta pregunta al final del Programa, en comparación con la base de referencia de los resultados Pre-Test, es el impacto de sensibilización de este indicador.

3. Transmitir nuevos conocimientos de la DOP Jamón y Paleta de Teruel DOP, así como mejorar su percepción por parte del público objetivo para mejorar su visibilidad y cuota de mercado.

- Indicador: Incremento del número de personas que adquieren nuevos conocimientos de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.
- Objetivo: Alcanzar un incremento estadísticamente significativo entre los resultados de la medición Post-Test año 1 y la medición Post-Test del año 3.

Este indicador se medirá a través de una serie de preguntas de grado de acuerdo de 0 a 10 del tipo:

Utilizando una escala de 0 a 10 donde el 0 significa que no está nada de acuerdo y el 10 que está totalmente de acuerdo... esta publicidad que acaba de ver...

Pregunta: ¿Le ha informado de algo nuevo o que desconocía?

Pregunta: ¿Hace que mejore la opinión que tenía?

Pregunta: ¿Le motiva a consumir estos productos?

Pregunta: ¿Da información del producto?

...

Un individuo se considerará bien informado sobre este indicador si muestra un grado de acuerdo positivo en la mitad más una de las afirmaciones. La diferencia entre los resultados de la medición Post-Test año 1 y la medición Post-Test del año 3 es el impacto de sensibilización de este indicador.

Aunque la evaluación final del programa se realizará al final del tercer año una vez desarrolladas todas las acciones, a medida que se vayan ejecutando las campañas 1 y 2, se analizarán los resultados de esas mediciones para así poder determinar el correcto funcionamiento de las acciones y decidir si hay que tomar acciones correctoras durante la vigencia del programa.

#§IMP-ACT-IA§# #COM-DIS-VIS-CDV@

3.2 Comunicación, difusión y visibilidad**Comunicación, difusión y visibilidad de la financiación**

No procede

#§COM-DIS-VIS-CDV§# #SUS-CON-SC@#

3.3 Sostenibilidad y continuación**Sostenibilidad, impacto a largo plazo y continuación**

Describe el seguimiento del proyecto una vez finalizada la financiación de la UE. ¿Cómo se garantizará la sostenibilidad del impacto del proyecto?

¿Qué medidas será necesario adoptar? ¿Cómo se utilizarán los resultados de la campaña?

La sostenibilidad del proyecto está asegurada dado el carácter y la trayectoria de la entidad proponente, con un largo compromiso en la promoción del Jamón y paleta de Teruel DOP, y con una marcada tendencia creciente en su comercialización, gracias al esfuerzo de comunicación y diferenciación que realiza esta organización, para evidenciar su calidad y origen europeo y su singularidad como alimento excepcional.

El Reglamento europeo, el R(UE)1151/12 que regula los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios y que protege a las Indicaciones Geográficas Protegidas y a las Denominaciones de Origen Protegidas de productos agrícolas y alimenticios, ayudan a los productores de estos productos vinculados a una zona geográfica, asegurándoles una remuneración justa por las cualidades de sus productos, garantizando el nombre de dichos productos y proporcionándonos a los consumidores información clara sobre ellos y sobre sus propiedades, para entender por qué tienen un valor añadido. Ese valor añadido, amparado por el sello de calidad, justifica por definición la satisfacción de las necesidades actuales en el consumo de productos sin comprometer



la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.

El conocimiento generado por el presente programa supondrá un empuje para una actividad y un compromiso que vienen de lejos, y que el proponente continuará desarrollando con el impulso y las herramientas desarrolladas con ayuda de los recursos europeos. El proyecto generará impacto en el consumidor sobre la figura de calidad de una DOP informándoles sobre la calidad, seguridad y sostenibilidad de los productos que ampara este sello. Asimismo, los resultados esperados de la campaña se usarán como aliciente y palanca de unión y compromiso de las empresas miembro, favoreciendo e impulsando su continuidad en el largo plazo e incluso como aliciente para afrontar nuevos retos y ambiciones del sector.

Concretamente, para garantizar el seguimiento y continuidad del proyecto, las DOP Jamón y Paleta de Teruel se compromete, una vez hayan pasado los tres años después de la finalización del programa apoyado por la Unión Europea, a mantener la campaña en los siguientes términos:

Seguir utilizando, de manera íntegra o parcial, durante los siguientes 3 años el mensaje principal de campaña y claim de la misma en las siguientes plataformas/herramientas de comunicación:

- Redes de la DOP Jamón y Paleta de Teruel
- Publicidad impresa de la DOP Jamón y Paleta de Teruel
- Publicidad audiovisual de la DOP Jamón y Paleta de Teruel
- Comunicaciones generales, notas de prensa, etc de la DOP Jamón y Paleta de Teruel

#§SUS-CON-SC§#



#@WRK-PLA-WP@#

4. PLAN DE TRABAJO, PAQUETES DE TRABAJO, ACTIVIDADES, RECURSOS Y CALENDARIO

4.1 Plan de trabajo

Plan de trabajo

Proporcione una breve descripción de la estructura general del plan de trabajo [lista de paquetes de trabajo o presentación gráfica (gráfico de técnicas de evaluación y revisión de programas o similar)].

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN TRANSVERSALES

Instrumentos de comunicación

- Look & feel de campaña
- Banco fotográfico
- Piezas audiovisuales de campaña

ACCIONES DE RRPP

- Gabinete de prensa permanente: 22 notas de prensa y convocatorias
- Evento presentación
- 3 Catas a ciegas de producto
- 18 envíos de prensa
- 9 chefs de campaña

Resultados totales

- 11 millones de audiencia total
- 1.500 periodistas impactados
- Valor publicitario del Clipping: 390.000€

MEDIOS MASIVOS

- Spot TV convencional
- Campaña Digital: Plataformas audiovisuales (otts) RRSS, Branded Content y Video programático
- Campaña Prensa
- Campaña en radio

Resultados totales

- Más de 240 millones de contactos
- 60 % cobertura core target

MARKETING RELACIONAL

- Telemarketing de contacto
- Envío de postales
- Envío de kit básico y VIP
- 3 premios

Resultados totales

Telemarketing a 4.500 contactos (anual)

- 3.000 postales
- 3.000 pack básico
- 165 pack VIP
- 3 Viajes al origen para 6 personas

40

CSV : GEN-42db-0dff-6f63-e82a-2d55-4402-60d8-e6e7

DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : <https://run.gob.es/hsbIF8yLcR>

FIRMANTE(1) : ANA RODRIGUEZ CASTAÑO | FECHA : 12/01/2026 17:42 | Sin acción específica

INFORME DE FIRMA, no sustituye al documento original | C.S.V. : GEN-42db-0dff-6f63-e82a-2d55-4402-60d8-e6e7 | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección: <https://run.gob.es/hsbIF8yLcR>

4.2 Paquetes de trabajo, actividades, recursos y calendario

PAQUETES DE TRABAJO

Esta sección se refiere a una descripción detallada de las actividades del proyecto y al análisis detallado de su presupuesto.

Agrupe sus actividades en paquetes de trabajo siguiendo las principales rúbricas del cuadro presupuestario detallado (coordinación del proyecto, relaciones públicas, sitio web y redes sociales, publicidad, herramientas de comunicación, eventos, promoción de puntos de venta, otras actividades, evaluación de resultados).

Los paquetes de trabajo sobre coordinación de proyectos y evaluación de resultados son obligatorios.

Para cada paquete de trabajo, introduzca un objetivo (resultado previsto) y enumere las actividades y los resultados conexos.

Los paquetes de trabajo que cubran la ayuda financiera a terceros (⚠️ solo se permite si se autoriza en el documento de convocatoria) deben describir las condiciones para la ejecución de la ayuda [en el caso de las subvenciones: los importes máximos por tercero, los criterios para el cálculo de los importes exactos, los tipos de actividad que reúnen los requisitos (lista cerrada), las personas o las categorías de personas a las que debe prestarse ayuda y los criterios y procedimientos para la concesión de la ayuda; en el caso de los premios: los criterios de admisibilidad y adjudicación, el importe del premio y las modalidades de pago].

⚠️ Introduzca cada actividad/resultado solo una vez (dentro de un paquete de trabajo).

Utilice el siguiente cuadro tantas veces como sea necesario para cada paquete de trabajo presupuestado en el cuadro presupuestario detallado.

Paquete de trabajo 1

Paquete de trabajo 1: Coordinación del proyecto

Debe garantizarse la coherencia con el cuadro presupuestario detallado (si procede).

Duración:

M1 – M36

Beneficiario principal:

Consejo Regulador de Denominación de Origen Jamón y Paleta de Teruel

Objetivos

Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.

▪ Incrementar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión Europea (DOP)

▪ Mejorar la competitividad y el consumo de los regímenes de calidad de la Unión Europea

Actividades y división del trabajo (descripción del paquete de trabajo)

Proporcione una descripción concisa del trabajo (tareas previstas). Sea concreto y asigne un nombre abreviado y un número para cada tarea. Indique a qué grupos destinatarios se dirigen las actividades de este paquete de trabajo.

Indique quiénes participan en cada tarea: Coordinador (COO), Beneficiarios (BEN), Subcontratistas (si hay subcontratación), e indique en negrita quién es el responsable de la tarea.

Añada información sobre la intervención de otros participantes en el proyecto, por ejemplo, contribuciones en especie.

Nota:

Contribuciones en especie: se permiten contribuciones en especie a título oneroso (las contribuciones en especie gratuitas no están prohibidas, pero son de coste neutro, es decir, no pueden declararse como costes). Indique claramente si las contribuciones en especie son a título oneroso o gratuito.

El coordinador seguirá siendo plenamente responsable de las tareas de coordinación, aunque se deleguen en otra persona. Las tareas del coordinador no se pueden subcontratar.

Si hay subcontratación, rellene también el siguiente cuadro.

N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción (incluido país/ciudades de destino)	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Si/No y cuáles)
			Denominación	Función (COO, BEN, SA, AP, OTROS)	



1.1	Coste del personal encargado de la organización u organizaciones proponentes	¿Quién? Personal del organismo proponente asignado al proyecto ¿Qué? La coordinación de proyectos implica planificar y dirigir tareas y es esencial para este Programa que oferta un mix de actividades que varían en función de los objetivos a cumplir. Se contará con un equipo de coordinación, a continuación, se detallan las tareas, horas y costes de cada persona implicada en el proyecto: <table><thead><tr><th>Total horas laborables dedicadas anual</th><th>Horas</th><th>Coste/hora</th><th>Total</th></tr></thead><tbody><tr><td>Ricardo Mosteo (Presente y apoyo a coordinación)</td><td>480</td><td>54,2705564</td><td>26.049,87</td></tr><tr><td>Ricardo Pellicer (coordinador del proyecto)</td><td>720</td><td>27,2722544</td><td>19.636,02</td></tr><tr><td>Yolanda Giménez(responsable de administración del proyecto)</td><td>480</td><td>26,5907555</td><td>12.763,56</td></tr></tbody></table> ¿Cuándo? Anual ¿Dónde? España ¿Por qué? El programa contempla una combinación diversa de actividades que requieren una planificación, gestión y seguimiento constantes, y es esencial la coordinación del proyecto para garantizar su correcta ejecución.	Total horas laborables dedicadas anual	Horas	Coste/hora	Total	Ricardo Mosteo (Presente y apoyo a coordinación)	480	54,2705564	26.049,87	Ricardo Pellicer (coordinador del proyecto)	720	27,2722544	19.636,02	Yolanda Giménez(responsable de administración del proyecto)	480	26,5907555	12.763,56	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	1.1
Total horas laborables dedicadas anual	Horas	Coste/hora	Total																		
Ricardo Mosteo (Presente y apoyo a coordinación)	480	54,2705564	26.049,87																		
Ricardo Pellicer (coordinador del proyecto)	720	27,2722544	19.636,02																		
Yolanda Giménez(responsable de administración del proyecto)	480	26,5907555	12.763,56																		
1.2	Otros costes de coordinación del proyecto	¿Quién? Personal del organismo proponente asignado al proyecto ¿Qué? La coordinación de proyectos implica, además de la gestión, planificación y supervisión de tareas, la asistencia a ciertas actividades en calidad de portavoces de la campaña. El equipo de coordinación contará con una partida de viajes que incluye traslados, dietas y alojamiento. ¿Cuándo? Anual ¿Dónde? España ¿Por qué? Es necesaria la implicación en eventos y actividades como portavoces del proyecto ya que refuerza su visibilidad, coherencia comunicativa y presencia institucional.	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	1.2																

Resultados y presupuesto estimado

Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año.
Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).

Calendario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Resultados	<u>1.1 Coste del personal encargado de la organización u organizaciones proponentes:</u> 1. Ejecución y seguimiento del proyecto para cumplir con los objetivos previstos. <u>1.2 Otros costes de coordinación del proyecto:</u>	<u>1.1 Coste del personal encargado de la organización u organizaciones proponentes:</u> 1. Ejecución y seguimiento del proyecto para cumplir con los objetivos previstos. <u>1.2 Otros costes de coordinación del proyecto:</u>	<u>1.1 Coste del personal encargado de la organización u organizaciones proponentes:</u> 1. Ejecución y seguimiento del proyecto para cumplir con los objetivos previstos. <u>1.2 Otros costes de coordinación del proyecto:</u>



	1. 18 viajes para seguimiento			1. 16 viajes para seguimiento			1. 16 viajes para seguimiento			
Presupuesto estimado		Año 1			Año 2			Año 3		
		UDS	PRECIO UNITARIO	TOTAL	UDS	PRECIO UNITARIO	TOTAL	UDS	PRECIO UNITARIO	TOTAL
	1. COORDINACION DEL PROYECTO			63.449,45 €			63.449,45 €			63.449,45 €
	Coste del personal encargado de la organización u organizaciones proponentes			58.449,45 €			58.449,45 €			58.449,45 €
	Coste de personal	12	4.870,79 €	58.449,45 €	12	4.870,79 €	58.449,45 €	12	4.870,79 €	58.449,45 €
	Otros costes de coordinación del Proyecto			5.000,00 €			5.000,00 €			5.000,00 €
	Viajes: desplazamientos del equipo	18	277,78 €	5.000,00 €	16	312,50 €	5.000,00 €	16		5.000,00 €
				63.449,45 €			63.449,45 €			63.449,45 €
Subtotal de la actividad 1.1	58.449,45 EUR		58.449,45 EUR			58.449,45 EUR				
Subtotal de la actividad 1.2	5.000,00 EUR		5.000,00 EUR			5.000,00 EUR				
y/o										
Total del paquete de trabajo	63.449,45 EUR		63.449,45 EUR			63.449,45 EUR				

Paquete de trabajo 2

Paquete de trabajo 2: Relaciones Públicas

Debe garantizarse la coherencia con el cuadro presupuestario detallado (si procede).

Duración:

M1 – M36

Beneficiario principal:

Consejo Regulador de Denominación de Origen Jamón y Paleta de Teruel

Objetivos

Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.

Incrementar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión Europea (DOP)

Mejorar la competitividad y el consumo de los regímenes de calidad de la Unión Europea

Actividades y división del trabajo (descripción del paquete de trabajo)

Proporcione una descripción concisa del trabajo (tareas previstas). Sea concreto y asigne un nombre abreviado y un número para cada tarea. Indique a qué grupos destinatarios se dirigen las actividades de este paquete de trabajo.

Indique quiénes participan en cada tarea: Coordinador (COO), Beneficiarios (BEN), Subcontratistas (si hay subcontratación), e indique en negrita quién es el responsable de la tarea.

Añada información sobre la intervención de otros participantes en el proyecto, por ejemplo, contribuciones en especie.

Nota:



Contribuciones en especie: se permiten contribuciones en especie a título oneroso (las contribuciones en especie gratuitas no están prohibidas, pero son de coste neutro, es decir, no pueden declararse como costes). Indique claramente si las contribuciones en especie son a título oneroso o gratuito.
El coordinador seguirá siendo plenamente responsable de las tareas de coordinación, aunque se deleguen en otra persona. Las tareas del coordinador no se pueden subcontratar.
Si hay subcontratación, rellene también el siguiente cuadro.

N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción (incluido país/ciudades de destino)	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Sí/No y cuáles)
			Denominación	Función (COO, BEN, SA, AP, OTROS)	
2.1	Actividades permanentes de Relaciones Públicas	¿Quién? Medios convencionales y online generalistas, especializados en Lifestyle, Ámbito Agroalimentario y gastronomía, sociedad en general y prensa gastronómica /generalista/ sectorial. ¿Qué? Dentro de la actividad permanente de relaciones públicas, se llevarán a cabo cuatro acciones durante los tres años de campaña: • Gabinete de prensa: Se contará con el apoyo de un gabinete de prensa proactivo que asesorará, gestionará, generará y jerarquizará contenidos y oportunidades en torno a la activación y difusión de las acciones previstas en el Programa Europeo. También se confeccionarán materiales de comunicación genéricos sobre el producto Jamón de Teruel, en colaboración con la Denominación de Origen. Este gabinete trabajará el desarrollo y mantenimiento de Base de Datos de periodistas de los medios de comunicación TARGET del programa, con posibilidad de segmentación tematizada (homologación LOPD), gestionará la relación con los informadores, buscando oportunidades editoriales y gestionando sus necesidades de contenido. Además, creará de materiales de prensa para aprovechar sinergias con la finalidad de optimizar recursos y conseguir mejores resultados, así como, la elaboración de informes trimestrales de Clipping con evaluación económica y de audiencias. • Envíos a prensa: se realizarán envíos en formato kit de prensa con las diferentes temáticas establecidas para acercar y mostrar el producto en sus diferentes formatos además de informar sobre sus cualidades de manera atractiva. Los kits de prensa contarán con materiales adaptados a cada temática del año. • Cata a ciegas de Jamón de Teruel DOP para poner en valor las características singulares del producto en un ambiente especial apto para percibir todas las cualidades organolépticas del producto. Se presentarán diferentes muestras de Jamón de Teruel DOP. Se desarrollará una guía sensorial dirigida por un experto que conducirá al asistente por distintas fases de evaluación como la fase olfativa, gustativa y táctil. La cata será adaptada a cada temática del año. • Chefs: Colaboración con chefs con el objetivo de posicionar el Jamón de Teruel DOP, en la alta cocina y hostelería de las áreas específicas objetivo de la campaña, a través de la elaboración de una receta especial, su testimonio y una sesión de fotos para comunicar su vinculación con la DOP Jamón de Teruel. Se estima entre 2-3 chefs dependiendo del caché. ¿Cuándo? Anual *Se especificará fecha concreta de cada acción en el arranque de campaña. ¿Dónde? España ¿Por qué? El Gabinete buscará oportunidades en torno al Programa Europeo. Confeccionará materiales de comunicación necesarios. Su labor se fundamentará en promover la notoriedad y visibilidad de los mensajes, con el valor añadido que representa el rol prescriptor que tienen los periodistas para la sociedad. La mejora de la percepción que tienen los ciudadanos de las D.O.P. se verán afianzadas con los contenidos	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	Sí, Organismo de ejecución



		generados. La puesta en marcha de un departamento específico para los profesionales permite establecer una interfaz de acceso a la información. De esta forma, se enriquece el contacto con los consumidores de la campaña con las informaciones generadas, con el valor añadido de la veracidad y la confianza importantes a la hora de hablar de los sellos de calidad.								
2.2	Eventos para la prensa	¿Quién? Medios convencionales y online generalistas, especializados en Lifestyle, Ámbito Agroalimentario y gastronomía. Sociedad en general. Prensa gastronómica /generalista/ sectorial ¿Qué? <u>Evento de presentación</u> de campaña con el objetivo principal de presentar la identidad visual, las estrategias y las actividades programadas dentro de la campaña para los próximos tres años. La DOP Jamón de Teruel sigue apostando por una promoción de calidad, destacando las características especiales de su producto. Convocaremos a los periodistas para que sean testigos del arranque, y así, integrar en la repercusión las publicaciones en medios de comunicación. La organización de este evento nos permitirá crear un evento noticiable en torno al programa. ¿Dónde? España ¿Cuándo? Abril-mayo. Se especificará en el arranque de la campaña. ¿Por qué? Los eventos para la prensa contribuyen a consolidar la notoriedad de las acciones y la vinculación con el modelo de producción de la UE destacando las producciones acogidas a programas de calidad como las Denominaciones de Origen cuyos productos destacan entre otros atributos por su excelencia, tradición y sostenibilidad.	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	Si, Organismo de ejecución					
Resultados y presupuesto estimado <i>Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año.</i> <i>Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).</i>										
Calendario	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3					
Resultados	<u>2.1 Gabinete de prensa:</u> • 8 piezas de prensa (notas, convocatorias) • 4 informes de clipping • 1 Cata a ciegas de producto • 6 Envíos de prensa • Entre 2-3 Chefs colaboradores <u>2.2 Eventos para la prensa</u> 2. 1 evento de presentación		<u>2.1 Gabinete de prensa:</u> • 7 piezas de prensa (notas, convocatorias) • 4 informes de clipping • 1 Cata a ciegas de producto • 6 Envíos de prensa • Entre 2-3 Chefs colaboradores		<u>2.1 Gabinete de prensa:</u> • 7 piezas de prensa (notas, convocatorias) • 4 informes de clipping • 1 Cata a ciegas de producto • 6 Envíos de prensa • Entre 2-3 Chefs colaboradores					
Presupuesto estimado			Año 1		Año 2	Año 3				
		Uds	Precio unitario	Total	Uds	Precio unitario	Total	Uds	Precio unitario	Total
	2. RELACIONES PUBLICAS			110.113			55.189			55.189



	Actividades permanentes de relaciones públicas (Oficina de relaciones públicas)			55.188,50 €			55.188,50 €			55.188,50 €
	2.1. GABINETE DE PRENSA: Gestión de refuerzo informativo para las acciones. Incluye: - Redacción de notas de prensa y convocatorias - Elaboración de calendarios editoriales - Gestión necesidades de los periodistas - Desarrollo estrategia por acción - Revisión informaciones - Gestión de oportunidades con los Medios - Elaboración de informes - Informe de Clipping trimestral	12	2.479,17 €	29.750,00 €	12	2.479,17 €	29.750,00 €	12	2.479,17 €	29.750,00 €
	KIT DE PRENSA dirigido a profesionales de la Comunicación. Incluye: -Kit de prensa "El picoteo es Marcado a Frío" + diseño y producción	6	240,00 €	1.440,00 €	6	240,00 €	1.440,00 €	6	240,00 €	1.440,00 €
	Envío de kit de prensa/ influencers "El picoteo es Marcado a Frío"	6	50,00 €	300,00 €	6	50,00 €	300,00 €	6	50,00 €	300,00 €
	CATA A CIEGAS dirigida a profesionales de la Comunicación. Incluye: - Secretaría técnica: Selección de 6 medios de comunicación/influencers, convocatoria, coordinación.	1	1.000,00 €	1.000,00 €	1	1.000,00 €	1.000,00 €	1	1.000,00 €	1.000,00 €
	Alquiler espacio gastronómico o restaurante para cata	1	1.500,00 €	1.500,00 €	1	1.500,00 €	1.500,00 €	1	1.500,00 €	1.500,00 €
	Cortador de jamón DOP Jamón de Teruel	1	250,00 €	250,00 €	1	250,00 €	250,00 €	1	250,00 €	250,00 €
	CHEFS MARCADOS A FRÍO: Incluye la secretaría técnica para la selección de 3 cocineros, coordinación sesión fotográfica, desplazamiento para supervisión, negociación del fee, supervisión de contratos.	1	1.800,00 €	1.800,00 €	1	1.800,00 €	1.800,00 €	1	1.800,00 €	1.800,00 €
	Sesión de fotos (Fotografo, estudio, edición) y material decorativo necesario (atrezzo, chaquetilla, calcamonia...)	1	4.350,00 €	4.350,00 €	1	4.350,00 €	4.350,00 €	1	4.350,00 €	4.350,00 €
	Honorarios de los chefs de campaña	2	3.800,00 €	7.600,00 €	2	3.800,00 €	7.600,00 €	2	3.800,00 €	7.600,00 €
	Honorarios del Organismo de ejecución	12	599,88 €	7.198,50 €	12	599,88 €	7.198,50 €	12	599,88 €	7.198,50 €
	Eventos para la prensa			54.924,00 €			- €			- €



Secretaría técnica: Convocatoria de prensa, gestión de invitaciones y confirmaciones, prospección de espacios, asistencia al evento. Gabinete de relaciones públicas y atención a medios. Selección de destinatarios. Elaboración de materiales de prensa y envío a invitados, gestión proactiva de asistencia, relación con confirmados. Atención in-situ. Envío de nota de prensa post-evento con material audiovisual de apoyo	Dietas y desplazamiento del equipo (dos personas) a Teruel dos jornadas: prospección y montaje	5	500,00 €	2.500,00 €						
	Alquiler de Espacio	4	1.000,00 €	4.000,00 €						
	Materiales : decoración y atrezzo. Incluye el equipo humano de montaje y desmontaje, sonido e iluminación, azafatas y fotografo de evento (fee, edición y desplazamiento)	6	1.833,33 €	11.000,00 €						
	Adaptaciones de creatividad de campaña a las diferentes piezas del evento y AF: photocall, espacio campaña, foam, moqueta, proyección pantalla, portanombres, calcamonias etc.	7	1.537,14 €	10.760,00 €						
	Catering Menú 60 pax	60	100,00 €	6.000,00 €						
	Dos cortadores de jamón (Fee, desplazamiento y dietas)	2	500,00 €	1.000,00 €						
	Kit de prensa (El lado bueno del frío): taza, calcetines personalizados y bolsa térmica (15 packs)	15	233,33 €	3.500,00 €						
	Grabación y producción de Videocomunicado Europa Press	1	4.000,00 €	4.000,00 €						
	Honorarios del Organismo de ejecución	12	597,00 €	7.164,00 €						
				110.113			55.189			55.189
	Subtotal de la actividad 2.1	55.188,50 EUR	55.188,50 EUR				55.188,50 EUR			
Subtotal de la actividad 2.2	54.924,00 EUR	0,00 EUR				0,00 EUR				
y/o										
Total del paquete de trabajo	110.113,00 EUR	55.188,50 EUR				55.188,50 EUR				



Paquete de trabajo 3

Paquete de trabajo 3: Sitio web

Debe garantizarse la coherencia con el cuadro presupuestario detallado (si procede).

Duración:

M1 – M36

Beneficiario principal:

Consejo Regulador de Denominación de Origen Jamón y Paleta de Teruel

Objetivos

Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.

▪ Incrementar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión Europea (DOP)

▪ Mejorar la competitividad y el consumo de los regímenes de calidad de la Unión Europea

Actividades y división del trabajo (descripción del paquete de trabajo)

Proporcione una descripción concisa del trabajo (tareas previstas). Sea concreto y asigne un nombre abreviado y un número para cada tarea. Indique a qué grupos destinatarios se dirigen las actividades de este paquete de trabajo.

Indique quiénes participan en cada tarea: Coordinador (COO), Beneficiarios (BEN), Subcontratistas (si hay subcontratación), e indique en negrita quién es el responsable de la tarea.

Añada información sobre la intervención de otros participantes en el proyecto, por ejemplo, contribuciones en especie.

Nota:

Contribuciones en especie: se permiten contribuciones en especie a título oneroso (las contribuciones en especie gratuitas no están prohibidas, pero son de coste neutro, es decir, no pueden declararse como costes). Indique claramente si las contribuciones en especie son a título oneroso o gratuito.

El coordinador seguirá siendo plenamente responsable de las tareas de coordinación, aunque se deleguen en otra persona. Las tareas del coordinador no se pueden subcontratar.

Si hay subcontratación, rellene también el siguiente cuadro.

N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción (incluido país/ciudades de destino)	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Sí/No y cuáles)
			Denominación	Función (COO, BEN, SA, AP, OTROS)	
3.1	Sitio web	¿Quién?: Target principal: Responsable de compra del hogar. Responsable de compra del hogar 35-70 años ¿Qué?: Creación de una plataforma de referencia para el público interesado en información sobre los jamones y paletas de Teruel con Denominación de Origen Protegida. Esta plataforma se nutrirá con materiales, noticias y artículos de interés generados a lo largo de la campaña. Combinaremos estética, funcionalidad y experiencia del usuario para lograr un sitio efectivo y memorable. Garantizando: - Estructura clara y navegación sencilla. - Diseño responsivo. Adaptado a los diferentes dispositivos y tamaños de pantalla (móvil, tablet, escritorio) - Velocidad de carga. Optimizando recursos, código limpio y un buen servidor para garantizar que el sitio cargue rápidamente, mejorando la experiencia y el SEO. - Optimización SEO. Donde el contenido debe ser claro, conciso y atractivo, organizado de manera que destaque lo más importante. Utilizando etiquetas adecuadas, descripciones meta y palabras clave relevantes.	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	Si, Organismo de ejecución



	<u>Año 1:</u> Creación de una web de campaña utilizando el dominio jamondeteruel.eu <u>Año 1, 2 y 3:</u> • Mantenimiento técnico, copias de seguridad y actualización de contenidos de campaña. • Contratación de Hostings y Dominios • 4 artículos de blog con temáticas variables en función del interés del público y de la campaña. • 1 landing page promocional anidada dentro de la web de la campaña donde solicitaremos el registro de los visitantes, para posteriormente, realizar un sorteo entre los que cumplimenten el formulario de registro, utilizando un sistema certificado que garantice la seguridad y transparencia del proceso. ¿Cuándo?: Anual ¿Dónde?: España ¿Por qué?: Para lograr el objetivo de aumentar el conocimiento de la D.O. Jamón y Paleta de Teruel. Este sitio web proporcionará a los usuarios un fácil acceso a información clave sobre el producto, sus estándares de producción y las cualidades únicas de la región. Este enfoque integrado garantiza que la D.O. Jamón y Paleta de Teruel establezca una sólida presencia online y fomente la interacción continua con el público.										
Resultados y presupuesto estimado Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año. Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).											
Calendario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3								
Resultados	<u>3.1 Sitio web</u> • 1 web de campaña • 4 artículos de blog • Mantenimiento técnico, copias de seguridad y actualización del sitio web • Informe de resultados semestral • 1 landing page promocional	<u>3.1 Sitio web</u> • 4 artículos de blog • Mantenimiento técnico, copias de seguridad y actualización del sitio web • Informe de resultados semestral • 1 landing page promocional	<u>3.1 Sitio web</u> • 4 artículos de blog • Mantenimiento técnico, copias de seguridad y actualización del sitio web • Informe de resultados semestral • 1 landing page promocional								
Presupuesto estimado	Año 1		Año 2		Año 3						
		Uds	Precio unitario	Total	Uds	Precio unitario	Total	Uds	Precio unitario	Total	
	3. SITIO WEB, MEDIOS SOCIALES					11.500			6.900		6.900
	Creación sitio web, actualización y mantenimiento					11.500,00 €			6.900,00 €		6.900,00 €



	Año 1: Creación de páginas y adaptación de sitio web para la campaña, en español y landing promocional. Incluye la creación de Wireframes y estructura// Diseño de pantalla // Redacción de contenidos// Programación//Publicación de materiales de campaña// Optimización SEO OnPage básico//Publicación de 6 artículos de blog orientados al SEO.		1	10.000,00 €	10.000,00 €	1	6.000,00 €	6.000,00 €	1	6.000,00 €	6.000,00 €
	Años 2 y 3: Mantenimiento del sitio web (actualización, copias de seguridad) / Subida de Materiales de Campaña / Publicación de 4 artículos de blog para posicionamiento.										
	Honorarios del Organismo de ejecución		12	125,00 €	1.500,00 €	12	75,00 €	900,00 €	12	75,00 €	900,00 €
					11.500			6.900			6.900
Subtotal de la actividad 3.1	11.500,00 EUR		6.900,00 EUR				6.900,00 EUR				
y/o											
Total del paquete de trabajo	11.500,00 EUR		6.900,00 EUR				6.900,00 EUR				

Paquete de trabajo 4

Paquete de trabajo 4: Publicidad

Debe garantizarse la coherencia con el cuadro presupuestario detallado (si procede).

Duración:

M5-M6-M10-M11// M15-M16-M20-M21// M27-M28-M32-M33

Beneficiario principal:

Consejo Regulador de Denominación de Origen Jamón y Paleta de Teruel

Objetivos

Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.

▪ Incrementar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión Europea (DOP)

▪ Mejorar la competitividad y el consumo de los regímenes de calidad de la Unión Europea

Actividades y división del trabajo (descripción del paquete de trabajo)

Proporcione una descripción concisa del trabajo (tareas previstas). Sea concreto y asigne un nombre abreviado y un número para cada tarea. Indique a qué grupos destinatarios se dirigen las actividades de este paquete de trabajo.

Indique quiénes participan en cada tarea: Coordinador (COO), Beneficiarios (BEN), Subcontratistas (si hay subcontratación), e indique en negrita quién es el responsable de la tarea.

Añada información sobre la intervención de otros participantes en el proyecto, por ejemplo, contribuciones en especie.

Nota:

Contribuciones en especie: se permiten contribuciones en especie a título oneroso (las contribuciones en especie gratuitas no están prohibidas, pero son de coste neutro, es decir, no pueden declararse como costes). Indique claramente si las contribuciones en especie son a título oneroso o gratuito.

El coordinador seguirá siendo plenamente responsable de las tareas de coordinación, aunque se deleguen en otra persona. Las tareas del coordinador no se pueden subcontratar.

Si hay subcontratación, rellene también el siguiente cuadro.

Descripción (incluido país/ciudades de destino)

Participantes

50

CSV : GEN-42db-0dff-6f63-e82a-2d55-4402-60d8-e6e7

DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : https://run.gob.es/hsbIF8yLcR

FIRMANTE(1) : ANA RODRIGUEZ CASTAÑO | FECHA : 12/01/2026 17:42 | Sin acción específica

INFORME DE FIRMA, no sustituye al documento original | C.S.V. : GEN-42db-0dff-6f63-e82a-2d55-4402-60d8-e6e7 | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección: https://run.gob.es/hsbIF8yLcR

N.º de la tarea	Nombre de la tarea		Denominación	Función (COO, BEN, SA, AP, OTROS)	Contribuciones en especie y subcontratación (Sí/No y cuáles)
4.1	Prensa	¿Quién? • Target principal: Responsable de compra del hogar (Cuantificación: 13.308.490 individuos) • Responsable de compra del hogar 35-44 años (Cuantificación: 3.256.330 individuos) • Responsable de compra del hogar 45-54 años (Cuantificación: 4.199.660 individuos) • Responsable de compra del hogar 55-70 años (Cuantificación: 5.852.500 individuos) <i>Fuente: EGM 3er acumulado móvil 2024</i> ¿Qué? Año 1, 2 y 3: planificación y compra de espacios en inserciones en papel, concretamente, ½ páginas a color y publirreportajes. Así, como inserciones en papel y acciones web en las revistas especializadas del sector. Para la campaña, seleccionaremos aquellos soportes líderes en el ámbito de Aragón. Esto nos permite rentabilizar los recursos y garantizarnos la presencia en los soportes líderes. Además, con estos soportes, trabajaremos el conocimiento de las características de Jamón de Teruel DOP reforzando la comunicación en los ámbitos de mayor interés. Junto a ello, planificaremos inserciones en revistas especializadas del sector, como por ejemplo Retail Actual, Origen y Eurocarne. A través de un paquete de acciones de ½ página color en el formato papel y contenidos en web nos permite ampliar la presencia y llegar al mayor número de usuarios posible. ¿Cuándo? El periodo de campaña durante los tres años (2026-2027-2028) coincidirá en la 2ª ola: octubre-noviembre ¿Dónde? España, refuerzo en el ámbito Aragón ¿Por qué? Nos permitirá incrementar y reforzar el conocimiento de la marca en el área de influencia principal (Aragón), rentabilizar los recursos y garantizar la presencia en los soportes líderes. Gracias a estos soportes trabajaremos el conocimiento de las características de Jamón de Teruel DOP reforzando la comunicación en los ámbitos de mayor interés.	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	Sí, Organismo de ejecución
4.2	Televisión	¿Quién? • Target principal: Responsable de compra del hogar (Cuantificación: 13.308.490 individuos) • Responsable de compra del hogar 35-44 años (Cuantificación: 3.256.330 individuos) • Responsable de compra del hogar 45-54 años (Cuantificación: 4.199.660 individuos) • Responsable de compra del hogar 55-70 años (Cuantificación: 5.852.500 individuos) <i>Fuente: EGM 3er acumulado móvil 2024</i> ¿Qué? Año 1, 2 y 3: planificación y compra de espacios publicitario en televisión, concretamente, en televisión convencional. Una campaña de ámbito nacional en los grupos líderes televisivos. Reforzando presencia en el ámbito de Aragón con la cadena autonómica principal. Seleccionando aquellos soportes afines a nuestros públicos objetivos: a) Principales cadenas de televisión de ámbito nacional, como por ejemplo los grupos de comunicación Atresmedia y Mediaset	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	Sí, Organismo de ejecución



		b) Cadenas de televisión que nos permitan reforzar el ámbito de Aragón puesto que su ámbito de emisión se circunscriba a esta comunidad, como por ejemplo Aragón televisión Emitiremos campañas convencionales 100% con spot de 20". Además, para cualificar el impacto de la campaña, contaremos con un Brand Friday en una de las cadenas temáticas de mayor audiencia a nivel nacional: Movistar ¿Cuándo? Centraremos nuestra comunicación en los momentos en los que el público objetivo tiene un mayor consumo de televisión, en mayo y octubre-noviembre. De este modo, contaremos con dos oleadas de campaña: • 1ª ola: mayo • 2ª ola: octubre-noviembre Salvo en el primer año, 2026, que se concentra la campaña en la 2ª para optimizar los recursos. ¿Dónde? Península y Baleares, refuerzo en el ámbito Aragón ¿Por qué? La televisión nos permite esa generación de valor que busca DO Jamón de Teruel, ya que es medio de mayor generación de cobertura a corto plazo permitiendo trabajar los beneficios del producto.			
4.3	Radio	¿Quién? • Target principal: Responsable de compra del hogar (Cuantificación: 13.308.490 individuos) • Responsable de compra del hogar 35-44 años (Cuantificación: 3.256.330 individuos) • Responsable de compra del hogar 45-54 años (Cuantificación: 4.199.660 individuos) • Responsable de compra del hogar 55-70 años (Cuantificación: 5.852.500 individuos) Fuente: EGM 3er acumulado móvil 2024 ¿Qué? Año 1, 2 y 3: Proponemos una campaña de ámbito regional con un mix de emisoras que incluya las desconexiones regionales de las principales emisoras líderes de audiencia en Aragón de contenido generalista, como por ejemplo SER, COPE y ONDA CERO, complementaremos esta selección con cadenas cuya emisión sea 100% regional, como por ejemplo Aragón Radio. Las menciones permiten trabajar el conocimiento de las características y beneficios de Jamón de Teruel DOP de una manera más orgánica generando mayor penetración. ¿Cuándo? El periodo de campaña durante los tres años (2026-2027-2028) coincidirá de la siguiente manera: • 1ª ola: mayo- junio ¿Dónde? Región de Aragón ¿Por qué? Nos permitirá reforzar el área de influencia principal (Aragón). La radio es un medio con gran inmediatez que nos aporta credibilidad a la campaña. Reforzando la comunicación en los ámbitos de mayor interés y aportando un extra de frecuencia.	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	Sí, Organismo de ejecución
4.4	En línea	¿Quién? • Target principal: Responsable de compra del hogar (Cuantificación: 13.308.490 individuos) • Responsable de compra del hogar 35-44 años (Cuantificación: 3.256.330 individuos) • Responsable de compra del hogar 45-54 años (Cuantificación: 4.199.660 individuos) • Responsable de compra del hogar 55-70 años (Cuantificación: 5.852.500 individuos) Fuente: EGM 3er acumulado móvil 2024	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	Sí, Organismo de ejecución



	¿Qué? Año 1, 2 y 3: Planificación y compra de espacios en digital. Trabajaremos un mix de disciplinas buscando el protagonismo del producto y la representatividad de sus características con el fin de optimizar los recursos de la manera más efectiva. El plan de medios online se compone de 4 tipos de soportes: 1. Plataformas Audiovisuales (OTTs): estos soportes nos permiten ampliar el alcance que conseguimos con el medio televisivo convencional. Con presencia en las plataformas más consumidas en España, tales como Netflix, Prime Video, Movistar. concretamente, vamos a trabajar el formato Pre-roll 20" no saltable: Video con el fin de generar mayor conocimiento de la marca, puesto que consiente la completa visualización del spot. 2. Video programático: La compra programática es un proceso de compra de impresiones y visualizaciones a tiempo real y de manera automatizada garantizando que nuestras impresiones se sirven sobre nuestro target core. Gracias a la compra programática, localizamos e impactamos al target que nos interesa, en los sites afines a su navegación, con costes muy competitivos. Cualificaremos la campaña centrando la emisión en los sites de uno de los grupos editoriales más importantes a nivel nacional, como, por ejemplo, el grupo Prisa. Trabajaremos el formato Pre-roll 20", es decir, el video que se emite antes del contenido que desea ver el usuario. 3. Branded Content: Trabajaremos con soportes web especializados en el sector, tales como El Comidista, ¡Hola! Cocina y Directo al paladar, una serie de acciones de contenido que permite mostrar las características y beneficios del Jamón de Teruel DOP de una forma no convencional evitando así ser intrusivo para el usuario, ya que es el propio individuo el que decide acceder al contenido. Todo ello, se llevará a cabo con acciones complementarias para llevar el tráfico de usuarios hacia el Branded Content y garantizar su lectura de manera que se potenciará el engagement de marca. 4. Redes Sociales: se han consolidado como un soporte más. Además, gracias a su efectividad nos permite usar el mínimo de recursos obteniendo altos resultados. Por tanto, nos permite aumentar el alcance de la campaña. Para ello, nos centramos en las redes sociales más consumidas por nuestro público objetivo, Facebook e Instagram, a través de un post que reflejará los beneficios del Jamón de Teruel DOP. ¿Cuándo? El periodo de campaña durante los tres años (2026-2027-2028) coincidirá de la siguiente manera: • 1ª ola: mayo-junio • 2ª ola: octubre-noviembre ¿Dónde? España ¿Por qué? Casi la totalidad de los individuos acceden diariamente para informarse o entretenerse. Este hecho nos permite interaccionar con el usuario y crear una comunicación más orgánica y menos intrusiva. Además, ante su posibilidad de segmentación se puede impactar de manera precisa al público objetivo.			
Resultados y presupuesto estimado <i>Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año. Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).</i>				
Calendario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	



Resultados	<u>4.1 Publicación en papel:</u> • Inserciones estimadas: entre 11 y 13			<u>4.1 Publicación en papel:</u> • Inserciones estimadas: entre 11 y 12			<u>4.1 Publicación en papel:</u> • Inserciones estimadas: entre 11 y 12		
	<u>4.2 Televisión:</u> • 442 GRP'S • Cobertura: 60% • OTS: Entre 5,7 y 7,2			<u>4.2 Televisión:</u> • 610 GRP'S • Cobertura: 63% • OTS: Entre 7,6 y 9,5			<u>4.2 Televisión:</u> • 568 GRP'S • Cobertura: 63% • OTS: Entre 7,1 y 8,8		
	<u>4.3 Radio:</u> • Cuñas estimadas: entre 100 y 110			<u>4.3 Radio:</u> • Cuñas estimadas: entre 100 y 105			<u>4.3 Radio:</u> • Cuñas estimadas: entre 100 y 105		
	<u>4.4 Online:</u> • Impresiones estimadas: 10.140.500			<u>4.4 Online:</u> • Impresiones estimadas: 10.116.000			<u>4.4 En línea:</u> • Impresiones estimadas: 9.243.500		
Presupuesto estimado	Año 1			Año 2			Año 3		
	Uds	Precio unitario	Total	Uds	Precio unitario	Total	Uds	Precio unitario	Total
	4. PUBLICIDAD								
	Prensa								
	Planificación y compra de soportes de prensa: periodicos Aragón y prensa especializada								
	13	1.661,54 €	21.600,00 €	12	1.758,33 €	21.100,00 €	12	1.850,00 €	22.200,00 €
	Producción, derechos y artes finales. Incluye las adaptaciones para cada uno de los soportes								
	13	230,77 €	3.000,00 €	12	250,00 €	3.000,00 €	12	250,00 €	3.000,00 €
	Honorarios del Organismo de ejecución								
	12	217,50 €	2.610,00 €	12	213,33 €	2.560,00 €	12	222,50 €	2.670,00 €
	Televisión								
	Planificación y compra de espacios en TV CONVENCIONAL								
	442	867,98 €	383.645,00 €	611	897,71 €	548.500,00 €	568	959,86 €	545.200,00 €
	Honorarios del Organismo de ejecución								
	12	3.197,04 €	38.364,50 €	12	4.570,83 €	54.850,00 €	12	4.543,33 €	54.520,00 €
	Radio								
	Planificación y compra de medios (menciones especiales) de radio en ámbito Aragón								
	110	183,18 €	20.150,00 €	105	219,05 €	23.000,00 €	105	226,67 €	23.800,00 €



	Producciones, artes finales y derechos. Incluye las adaptaciones	4	750,00 €	3.000,00 €	4	750,00 €	3.000,00 €	4	750,00 €	3.000,00 €
	Honorarios del Organismo de ejecución	12	205,42 €	2.465,00 €	12	229,17 €	2.750,00 €	12	235,83 €	2.830,00 €
	En línea			114.529,00€			129.500,00 €			130.050,00 €
	Planificación y compra de espacios publicitarios de Medios Online: OTTs, Branded Content, programática video y RRSS	10.140.500	0,01 €	98.890,00 €	10.116.000	0,01 €	112.500,00 €	9.243.500	0,01 €	113.000,00 €
	Producciones de piezas online para la difusión de la campaña. Incluye diseño, redaccion/copy, adaptación a los diferentes formatos y artes finales	10	500,00 €	5.000,00 €	10	500,00 €	5.000,00 €	10	500,00 €	5.000,00 €
	Honorarios del Organismo de ejecución	12	886,58 €	10.639,00 €	12	1.000,00 €	12.000,00 €	12	1.004,17 €	12.050,00 €
		0		589.364	0		788.260	0		787.270
Subtotal de la actividad 4.1	27.210,00 EUR			26.660,00 EUR			27.870,00 EUR			
Subtotal de la actividad 4.2	422.009,50 EUR			603.350,00 EUR			599.720,00 EUR			
Subtotal de la actividad 4.3	25.615,00 EUR			28.750,00 EUR			29.630,00 EUR			
Subtotal de la actividad 4.4	114.529,00 EUR			129.500,00 EUR			130.050,00 EUR			
y/o										
Total del paquete de trabajo	589.363,50 EUR			788.260,00 EUR			787.270,00 EUR			

Paquete de trabajo 5

Paquete de trabajo 5: Instrumentos de Comunicación			
Debe garantizarse la coherencia con el cuadro presupuestario detallado (si procede).			
Duración:	M1, M2, M3 // M13, M14, M15 // M25, M26, M27	Beneficiario principal:	Consejo Regulador de Denominación de Origen Jamón y Paleta de Teruel
Objetivos			



Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.

Incrementar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión Europea (DOP)

Mejorar la competitividad y el consumo de los regímenes de calidad de la Unión Europea

Actividades y división del trabajo (descripción del paquete de trabajo)

Proporcione una descripción concisa del trabajo (tareas previstas). Sea concreto y asigne un nombre abreviado y un número para cada tarea. Indique a qué grupos destinatarios se dirigen las actividades de este paquete de trabajo.

Indique quiénes participan en cada tarea: Coordinador (COO), Beneficiarios (BEN), Subcontratistas (si hay subcontratación), e indique en negrita quién es el responsable de la tarea.

Añada información sobre la intervención de otros participantes en el proyecto, por ejemplo, contribuciones en especie.

Nota:

Contribuciones en especie: se permiten contribuciones en especie a título oneroso (las contribuciones en especie gratuitas no están prohibidas, pero son de coste neutro, es decir, no pueden declararse como costes). Indique claramente si las contribuciones en especie son a título oneroso o gratuito.

El coordinador seguirá siendo plenamente responsable de las tareas de coordinación, aunque se deleguen en otra persona. Las tareas del coordinador no se pueden subcontratar.

Si hay subcontratación, rellene también el siguiente cuadro.

N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción (incluido país/ciudades de destino)	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Si/No y cuáles)
			Denominación	Función (COO, BEN, SA, AP, OTROS)	
5.1	Publicaciones, dossier de prensa, artículos de promoción	¿Quién? - Target principal: Responsable de compra del hogar - Responsable de compra del hogar 35-44 años - Responsable de compra del hogar 45-54 años - Responsable de compra del hogar 55-70 años ¿Qué? Creación de herramientas de Comunicación como instrumentos necesarios para que todas las actividades tengan instrumentos de apoyo para información y promoción. El propósito de la creación de estas herramientas es mantener la coherencia y equilibrio en lo que se transmite. Esta actividad consiste en la creación de las siguientes herramientas y materiales: LOOK&FEEL: se producirá la identidad visual y el concepto creativo que determina las características de la creatividad de la campaña en cuanto al color, tipo de letra y uso de imágenes. El formato de entrega es un máster en formato editable que incluya: los archivos originales editables para poder modificar el contenido en (Illustrator, Indesign) junto con lastipografías utilizadas en los diferentes materiales y las imágenes correspondientes. MATERIAL FOTOGRÁFICO: se realizarán producciones de “bodegones” propios (SHOOTING) para las imágenes principales de la campaña y se dispondrá de un archivo fotográfico de barcode imágenes externo que servirá de apoyo visual en todas las acciones que se llevarán a cabo durante la campaña. Ejemplo: gabinete de prensa, material gráfico, web... etc.	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	Si, Organismo de ejecución



	Publicaciones, dossier de prensa, artículos de promoción			18.400,00 €			5.750,00 €			5.750,00 €
	Dossier look&feel. Documento master con las guidelines básicas. y actualización en los años 2 y 3	1	10.000	10.000,00 €	1	5.000,00 €	5.000,00 €	1	5.000,00 €	5.000,00 €
	Key visual: Shooting o ilustración para la pieza máster de campaña	1	6.000	6.000,00 €	0		0,00 €	0		0,00 €
	Honorarios del Organismo de ejecución	12	200,00 €	2.400,00 €	12	62,50 €	750,00 €	12	62,50 €	750,00 €
	Videos Promocionales			138.000,00 €			11.500,00 €			11.500,00 €
	Producción spot de 20". Incluye renovación de derechos los años 2 y 3	1	120.000,00 €	120.000,00 €	1	10.000,00 €	10.000,00 €	1	10.000,00 €	10.000,00 €
	Honorarios del Organismo de ejecución	12	1.500,00 €	18.000,00 €	12	125,00 €	1.500,00 €	12	125,00 €	1.500,00 €
		0		156.400	0		17.250	0		17.250
Subtotal de la actividad 5.1	18.400,00 EUR		5.750,00 EUR			5.750,00 EUR				
Subtotal de la actividad 5.2	138.000,00 EUR		11.500,00 EUR			11.500,00 EUR				
y/o										
Total del paquete de trabajo	156.400,00 EUR		17.250,00 EUR			17.250,00 EUR				

Paquete de trabajo 6

Paquete de trabajo 6: Actos

Debe garantizarse la coherencia con el cuadro presupuestario detallado (si procede).

Duración:

M1- M36

Beneficiario principal:

Consejo Regulador de Denominación de Origen Jamón y Paleta de Teruel

Objetivos

Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.

▪ Incrementar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión Europea (DOP)

▪ Mejorar la competitividad y el consumo de los regímenes de calidad de la Unión Europea

Actividades y división del trabajo (descripción del paquete de trabajo)

Proporcione una descripción concisa del trabajo (tareas previstas). Sea concreto y asigne un nombre abreviado y un número para cada tarea. Indique a qué grupos destinatarios se dirigen las actividades de este paquete de trabajo.

Indique quiénes participan en cada tarea: Coordinador (COO), Beneficiarios (BEN), Subcontratistas (si hay subcontratación), e indique en negrita quién es el responsable de la tarea.

Añada información sobre la intervención de otros participantes en el proyecto, por ejemplo, contribuciones en especie.

Nota:

Contribuciones en especie: se permiten contribuciones en especie a título oneroso (las contribuciones en especie gratuitas no están prohibidas, pero son de coste neutro, es decir, no pueden declararse como costes). Indique claramente si las contribuciones en especie son a título oneroso o gratuito.

El coordinador seguirá siendo plenamente responsable de las tareas de coordinación, aunque se deleguen en otra persona. Las tareas del coordinador no se pueden subcontratar.



Si hay subcontratación, rellene también el siguiente cuadro.

N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción (incluido país/ciudades de destino)	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Si/No y cuáles)
			Denominación	Función (COO, BEN, SA, AP, OTROS)	
6.2	Reuniones empresa a empresa	¿Quién? Responsable de las cadenas de Distribución ¿Qué? Acción de marketing relacional con los contactos de interés con el objetivo de que conozcan la campaña y formen parte de ella. Es por eso por lo que se realizará una labor que consistirá en: • Telemarketing de contacto a la BBDD que disponemos: se llamará para confirmar los datos y asegurarnos que siguen activos permitiéndonos tener contactos actualizados de gran distribución y charcuterías anualmente. • Envío masivo de una postal: a todos los contactos de la bbdd con el objetivo de informarles de todas las acciones que realizaremos al inicio de cada año de campaña. Incluirá todos hitos de cada año además de un código QR donde se sorteará un premio cada año. Tras acabar el año enviáramos a los contactos ya confirmados a modo de despedida y agradecimiento: • Pack/Kit informativo básico: podrá contener un díptico informativo de campaña con los hitos de cierre de año y un regalo low cost con la imagen de campaña, todo ello dentro de un sobre. • Pack/Kit informativo vip: a los contactos más exclusivos o de mayor interés para la D.O.P, incluyendo además los participantes del sorteo de viaje al "Origen". Podrá contener un díptico informativo de campaña con los hitos de cierre de año, carta personalizada y un regalo con la imagen de campaña, todo ello dentro de una caja. ¿Cuándo? Anual ¿Dónde? España ¿Por qué? Es muy importante que los agentes que están implicados en la comercialización, distribución y producción (b2b) están al tanto de la campaña. por ello, esta actividad nos permite establecer un diálogo directo entre los productores y los responsables de compra de la distribución.	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	Si, Organismo de ejecución

Resultados y presupuesto estimado

Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año.

Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).

Calendario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Resultados	6.2 Reuniones empresa a empresa: • 1.500 llamadas de telemarketing • Envío de 1.000 postales	6.2 Reuniones empresa a empresa: • 1.500 llamadas de telemarketing • Envío de 1.000 postales	6.2 Reuniones empresa a empresa: • 1.500 llamadas de telemarketing • Envío de 1.000 postales



	• Envío de 55 pack/kit informativo VIP • Envío de 1.000 pack/kit informativo básico			• Envío de 55 pack/kit informativo VIP • Envío de 1.000 pack/kit informativo básico			• Envío de 55 pack/kit informativo VIP • Envío de 1.000 pack/kit informativo básico			
Presupuesto estimado		Año 1			Año 2			Año 3		
		Uds	Precio unitario	Total	Uds	Precio unitario	Total	Uds	Precio unitario	Total
	6. ACTOS			34.483			34.483			34.483
	Seminarios, talleres, reuniones empresa a empresa, formación de comercio o para cocineros, actividades en escuelas			34.482,75 €			34.482,75 €			34.482,75 €
	Secretaría técnica para el Marketing directo: Telemarketing de contacto a BBDD de hasta 1.500 contactos profesionales para identificación registro con el objetivo de conseguir 1.000 participantes	1.500	1,60 €	2.400,00 €	1.500	1,60 €	2.400,00 €	1.500	1,60 €	2.400,00 €
	POSTAL ARRANQUE AÑO (Postal con código QR sorteo viaje). 1.000und. Incluye: Diseño y artes finales de las piezas, así como, la producción de 1.000 postales tamaño A4 impresas a 2 caras Incluye personalización con datos destinatario y envío postal (contempla reserva para clasificación y análisis de devoluciones)	1.000	2,00 €	2.000,00 €	1.000	2,00 €	2.000,00 €	1.000	2,00 €	2.000,00 €
	KIT INFORMATIVO BÁSICO FINAL AÑO. Incluye el diseño, redacción y Artes finales de las piezas del KIT (Díptico + Sobre burbuja + regalo low cost con imagen de campaña. Incluye logística de envío a empresa manipulado(palet)	1.000	7,69 €	7.685,00 €	1.000	7,69 €	7.685,00 €	1.000	7,69 €	7.685,00 €
	Sorteo viaje "Origen" que se incluire en postal de Kit Básico arranque año. Incluye: secretaría técnica de gestión del premio, transportes, alojamiento, dietas, pack bienvenida y actividad para 6 personas x 2 días	6	1.666,67 €	10.000,00 €	6	1.666,67 €	10.000,00 €	6	1.666,67 €	10.000,00 €



	KIT INFORMATIVO VIP. Incluye el diseño, redacción y Artes finales de las piezas del KIT (Caja contenedora personalizada + Carta A4 +Diptico + Regalo con imagen de campaña (claim + logos). Se contempla la logistica envío a 55 destinos	55	143,64 €	7.900,00 €	55	143,64 €	7.900,00 €	55	143,64 €	7.900,00 €
	Honorarios del Organismo de ejecución	12	374,81 €	4.497,75 €	12	374,81 €	4.497,75 €	12	374,81 €	4.497,75 €
		0		34.483	0		34.483	0		34.483
Subtotal de la actividad 6.2	34.482,75 EUR	34.482,75 EUR			34.482,75 EUR					
y/o										
Total del paquete de trabajo	34.482,75 EUR	34.482,75 EUR			34.482,75 EUR					

Paquete de trabajo 9

Paquete de trabajo 6: Actos

Debe garantizarse la coherencia con el cuadro presupuestario detallado (si procede).

Duración:

M4, M11, M22, M34

Beneficiario principal:

Consejo Regulador de Denominación de Origen Jamón y Paleta de Teruel

Objetivos

Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.

Incrementar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión Europea (DOP)

Mejorar la competitividad y el consumo de los regímenes de calidad de la Unión Europea

Actividades y división del trabajo (descripción del paquete de trabajo)

Proporcione una descripción concisa del trabajo (tareas previstas). Sea concreto y asigne un nombre abreviado y un número para cada tarea. Indique a qué grupos destinatarios se dirigen las actividades de este paquete de trabajo.

Indique quiénes participan en cada tarea: Coordinador (COO), Beneficiarios (BEN), Subcontratistas (si hay subcontratación), e indique en negrita quién es el responsable de la tarea.

Añada información sobre la intervención de otros participantes en el proyecto, por ejemplo, contribuciones en especie.

Nota:

Contribuciones en especie: se permiten contribuciones en especie a título oneroso (las contribuciones en especie gratuitas no están prohibidas, pero son de coste neutro, es decir, no pueden declararse como costes). Indique claramente si las contribuciones en especie son a título oneroso o gratuito.

El coordinador seguirá siendo plenamente responsable de las tareas de coordinación, aunque se deleguen en otra persona. Las tareas del coordinador no se pueden subcontratar.

Si hay subcontratación, rellene también el siguiente cuadro.

N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción (incluido país/ciudades de destino)	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Si/No y cuáles)
			Denominación	Función (COO, BEN, SA, AP, OTROS)	

61

CSV : GEN-42db-0dff-6f63-e82a-2d55-4402-60d8-e6e7

DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : <https://run.gob.es/hsbIF8yLcR>

FIRMANTE(1) : ANA RODRIGUEZ CASTAÑO | FECHA : 12/01/2026 17:42 | Sin acción específica

INFORME DE FIRMA, no sustituye al documento original | C.S.V. : GEN-42db-0dff-6f63-e82a-2d55-4402-60d8-e6e7 | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección: <https://run.gob.es/hsbIF8yLcR>

9.1	Evaluación de resultados	¿Quién? Responsable de compra del hogar de 35 a 70 años ¿Qué? Estudio de evaluación de resultados para medir el logro de los objetivos de la acción y la eficacia de la campaña. Con la realización de investigación cuantitativa de entrevista online CAWI dividida en dos bloques: 1. Bloque de análisis de los hábitos 2. Bloque de medición Post-Test de la campaña La muestra a entrevistar será una extracción aleatoria del universo: responsables de compra del hogar de 35 a 70 años, ajustando su perfil al de la población mediante la fijación de cuotas proporcionales por variables de género, edad y áreas geográficas para asegurar su representatividad. El cuestionario constará de preguntas cerradas, abiertas y su duración máxima será de 10 minutos para la medición Pre-Test y de 15 minutos para las mediciones Post-Test. La medición de los resultados de las acciones se divide en 4 mediciones de 700 encuestas cada una. Una medición Pre-Test antes del inicio de las acciones del año 1 y 3 mediciones Post-Test al final de las acciones de cada uno de los 3 años. La muestra objetivo de 700 encuestas por medición supone operar con un error estadístico global de $\pm 3,7\%$ considerado dentro de un intervalo de confianza del 95,5%, siendo $p=q=50\%$. Para evaluar el cumplimiento del objetivo de incrementar el grado de conocimiento de los sellos de calidad D.O.P por parte del consumidor europeo, así como el de aumentar el conocimiento sobre las bondades de los productos D.O.P para conseguir aumentar la competitividad y el consumo de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P., la investigación abordará los siguientes objetivos específicos: • Medir el conocimiento y reconocimiento del régimen de calidad Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea en general y de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P. en particular. • Medir el impacto del Programa en la sensibilización del público objetivo hacia productos D.O.P, analizando el grado en el que las acciones mejoran la visualización, comprensión e interiorización de las bondades de estos productos agrícolas con D.O.P de la Unión Europea y de los elevados estándares de calidad que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea. ¿Cuándo? El pre-test año 1: Antes del arranque de las acciones. El post-test los 3 años: después de finalizar las acciones de la actividad 4 publicidad de cada año de la campaña. ¿Dónde? España ¿Por qué? Es fundamental ya que nos permite evaluar los objetivos establecidos en el programa, además de ser una herramienta de aprendizaje estratégico.	DOP Jamón y Paleta de Teruel	COO BEN Subcontratista	Si, Organismo de ejecución
Resultados y presupuesto estimado Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año.					



Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).										
Calendario	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			
Resultados	9.1 Evaluación de resultados: 2 cuestionarios 2 informes de evaluación			9.1 Evaluación de resultados: 1 cuestionario 1 informe de evaluación			9.1 Evaluación de resultados: 1 cuestionario 1 informe de evaluación			
Presupuesto estimado		Año 1			Año 2			Año 3		
		Uds	Precio unitario	Total	Uds	Precio unitario	Total	Uds	Precio unitario	Total
	9. EVALUACION DE RESULTADOS			19.910			10.795			10.795
	Evaluación de resultados			19.910,41 €			10.794,80 €			10.794,80 €
	Evaluación de resultados. Año 1: pretest y post test. Año 2 y 3: post test de campaña	2	9.955,21 €	19.910,41 €	1	10.794,80 €	10.794,80 €	1	10.794,80 €	10.794,80 €
		0		19.910	0		10.795	0		10.795
Subtotal de la actividad 9.1	19.910,41 EUR			10.794,80 EUR			10.794,80 EUR			
y/o										
Total del paquete de trabajo	19.910,41 EUR			10.794,80 EUR			10.794,80 EUR			

Subcontratación

Subcontratación Detalle las tareas subcontratadas de la acción (en su caso) y explique las razones por las que se subcontrataron (en lugar de llevar a cabo una gestión directa por parte de los Beneficiarios). Subcontratación: subcontratación significa la gestión de las tareas de la acción, es decir, tareas específicas que forman parte de la subvención de la UE y se describen en el anexo 1 del acuerdo de subvención. Nota: La subcontratación se refiere a la externalización de una parte de la acción a una parte ajena al consorcio. No se trata simplemente de comprar bienes o servicios. Indique solamente los subcontratos que cumplan las normas (es decir, se respeta la mejor relación calidad-precio y la ausencia de conflictos de intereses; no se permite la subcontratación de las tareas de gestión del proyecto).							
N.º del paquete de trabajo	N.º del subcontrato (numeración continua vinculada al paquete de trabajo)	Nombre del subcontrato (tareas subcontratadas de la acción)	Nombre del subcontratista (si ya se conoce)	Descripción (incluido el número de tarea y el BEN a la que está vinculada)	Costes estimados (EUR)	Justificación (¿por qué es necesaria la subcontratación?)	Mejor relación calidad-precio (¿cómo tiene previsto garantizarla?)
WP 2	S 2.1	Actividades permanentes de	AGR Food Marketing	Gabinete de prensa permanente para estar en contacto con los Medios de	165.565,50 €	No se dispone de los recursos necesarios en la estructura interna de	Mediante el proceso de selección del organismo ejecutor



		Relaciones Públicas		Comunicación y generar oportunidades		las organizaciones para ejecutar esta actividad.	
WP 2	S 2.2	Eventos para la prensa	AGR Food Marketing	Evento de presentación como pistoletazo de salida al proyecto europeo	54.924,00 €	No se dispone de los recursos necesarios en la estructura interna de las organizaciones para ejecutar esta actividad.	Mediante el proceso de selección del organismo ejecutor
WP 3	S 3.1	Sitio Web	AGR Food Marketing	Creación de nuevas páginas con contenidos referentes a la campaña y posicionamiento SEO de la web mediante la creación de 4 artículos de blog para ayudar a posicionar la web en los buscadores y mejorar la visibilidad.	25.300,00 €	No se encuentran disponibles en la estructura interna de las organizaciones los recursos necesarios para realizar esta actividad.	Mediante el proceso de selección del organismo ejecutor
WP 4	S 4.1	Prensa	AGR Food Marketing	Plan de Medios prensa escrita en el ámbito de Aragón	81.740,00 €	No se dispone de los recursos necesarios en la estructura interna de las organizaciones para ejecutar esta actividad.	Mediante el proceso de selección del organismo ejecutor
WP 4	S 4.2	Televisión	AGR Food Marketing	Plan de Medios en televisión con la emisión del spot de campaña	1.625.079,50 €	No se dispone de los recursos necesarios en la estructura interna de las organizaciones para ejecutar esta actividad.	Mediante el proceso de selección del organismo ejecutor
WP 4	S 4.3	Radio	AGR Food Marketing	Plan de Medios en radio con menciones de 20" en el ámbito de Aragón	83.995,00 €	No se dispone de los recursos necesarios en la estructura interna de las organizaciones para ejecutar esta actividad.	Mediante el proceso de selección del organismo ejecutor
WP 4	S 4.3	Online	AGR Food Marketing	Mix de Medios digital buscando la relevancia del producto y la representatividad de sus características: OOTs, RRSS, Branded Content y programática Video	374.079,00 €	No se dispone de los recursos necesarios en la estructura interna de las organizaciones para ejecutar esta actividad.	Mediante el proceso de selección del organismo ejecutor



WP 5	S 5.1	Publicaciones, dossier de prensa, artículos de promoción	AGR Food Marketing	Herramientas de Comunicación como instrumentos de apoyo para información y promoción.	29.900,00 €	No se dispone de los recursos necesarios en la estructura interna de las organizaciones para ejecutar esta actividad.	Mediante el proceso de selección del organismo ejecutor
WP 5	S 5.2	Videos promocionales	AGR Food Marketing	Creación del spot de campaña para utilizar en el Plan de Medios	161.000,00 €	No se dispone de los recursos necesarios en la estructura interna de las organizaciones para ejecutar esta actividad.	Mediante el proceso de selección del organismo ejecutor
WP 6	S 6.2	Reuniones empresa a empresa	AGR Food Marketing	Acciones de marketing relacional a través de un envío de marketing directo	103.448,25 €	No se dispone de los recursos necesarios en la estructura interna de las organizaciones para ejecutar esta actividad.	Mediante el proceso de selección del organismo ejecutor
WP 9	S 9.1	Evaluación de resultados	Pendiente de selección	Elaboración de 2.100 entrevistas con informe final para medir el rendimiento informativo y de sensibilización sobre el conocimiento y reconocimiento de los sellos de calidad en España mediante un pre- test y post en el año 1 y un post-test para año 2 y 3	41.500,01 €	No se dispone de los recursos necesarios en la estructura interna de las organizaciones para ejecutar esta actividad.	Mediante el proceso de selección del organismo ejecutor
Otras cuestiones:				Insértese texto			



Calendario

Paquete de trabajo	MES																																				
	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M 10	M 11	M 12	M 13	M 14	M 15	M 16	M 17	M 18	M 19	M 20	M 21	M 22	M 23	M 24	M 25	M 26	M 27	M 28	M 29	M 30	M 31	M 32	M 33	M 34	M 35	M 36	
W1.1																																					
W.1.2																																					
W.2.1																																					
W.2.2																																					
W. 3.1																																					
W.4.1																																					
W.4.2																																					
W.4.2																																					
W.4.4																																					
W.5.1																																					
W.5.2																																					
W.6.2																																					
W.9																																					



#@ETH-ICS-EI@#

5. OTROS

5.1 Ética

Ética
No procede

#§ETH-ICS-EI§# #@SEC-URI-SU@#

5.2 Protección

Protección
No procede

#§SEC-URI-SU§# #@DEC-LAR-DL@#

6. DECLARACIONES

Doble financiación	
Información relativa a otras subvenciones de la UE para este proyecto	SÍ/NO
⚠ Tenga en cuenta que existe una prohibición estricta de doble financiación con cargo al presupuesto de la UE (excepto en el marco de las acciones de sinergias de la UE).	
Confirmamos que, según nuestro leal saber y entender, ni el proyecto en su conjunto ni ninguna parte del mismo se han beneficiado de ninguna otra subvención de la UE (incluida la financiación de la UE gestionada por las autoridades de los Estados miembros de la UE u otros organismos de financiación, como los fondos regionales de la UE, los fondos agrícolas de la UE, etc.). En caso negativo, explique por qué y facilite detalles.	SI
Confirmamos que, según nuestro leal saber y entender, ni el proyecto en su conjunto ni ninguna parte del mismo se presentan (ni se van a presentar) a ninguna otra subvención de la UE (incluida la financiación de la UE gestionada por las autoridades de los Estados miembros de la UE u otros organismos de financiación, como los fondos regionales de la UE, los fondos agrícolas de la UE, etc.). En caso negativo, explique por qué y facilite detalles.	SI

Ayuda financiera a terceros
Si, en su proyecto, el importe máximo por tercero va a ser superior al importe mínimo fijado en el documento de convocatoria, justifique y explique por qué el importe más elevado es necesario para cumplir los objetivos de sus acciones.
Insértese texto

#§DEC-LAR-DL§#



ANEXOS

LISTA DE ANEXOS

Ordinarios

Cuadro presupuestario detallado (anexo 1 de la parte B): *obligatorio*

CV (anexo 2 de la parte B): *obligatorio*

Informes anuales de actividad (anexo 3 de la parte B): *obligatorio*

Extraordinarios

Lista de proyectos anteriores (anexo 3 de la parte B): *obligatorio*

Información sobre la entidad jurídica e información sobre la representatividad (anexo 4 de la parte B): *obligatorio*

Texto idéntico de la parte B en inglés (si la propuesta está redactada en otra lengua) (anexo 5 de la parte B): *opcional*



Criterios pertinencia:

1(b)

El proyecto se ejecutará en España y promociona una carne curada. En la propuesta no se demuestra claramente si se ajusta a las Guías Alimentarias basadas en Alimentos (GABA) del mercado objetivo.

Respuesta:

Las Guías Alimentarias más reconocidas y utilizadas en España son las elaboradas por la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC). La SENC presenta en estas guías sus recomendaciones en forma de Pirámide de la Alimentación Saludable.

En la última versión de estas Guías Alimentarias Basadas en Alimentos (GABA) de la SENC, publicada en 2016, los alimentos cárnicos curados o procesados, grupo dentro del cual se ubica el jamón curado, **se recomiendan para un consumo ocasional**.

La Guía expone, textualmente, que “el consumo de carnes rojas y de carnes procesadas en todos sus formatos debería moderarse en el marco de una alimentación saludable, **eligiendo productos de excelente calidad, procedimientos culinarios sin contacto directo con el fuego**”^[1]. En este sentido, el Jamón de Teruel DOP, como producto de calidad certificada y mínimo procesado, curando sin contacto con el fuego y otras fuentes de calor, incluso, por el contrario, expuesto al frío natural de la región, lo que se traduce en menor necesidad de sal para su curación, cumple perfectamente con estos requisitos de alimentos más recomendables dentro de este grupo de carnes rojas y carnes procesadas.

Por otro lado, esta misma guía, manteniendo la recomendación de consumo ocasional, reconoce la importancia de estos alimentos dentro de una dieta variada y equilibrada: “El grupo de carnes rojas y procesadas contiene proteínas de alto valor biológico, lípidos, vitaminas del grupo B y minerales, como hierro y zinc de elevada biodisponibilidad.”¹.

^[1] Guías alimentarias para la población española (SENC, diciembre 2016); la nueva pirámide de la alimentación saludable. (Pag. 28)



1(d)

El proyecto es la continuación de una campaña anterior cofinanciada por la convocatoria AGRIP-SIMPLE-2021-IM-EU-QS, JAMON DE TERUEL 2021. La repercusión de las campañas anteriores y el motivo de su continuación solo se describen muy brevemente.

Respuesta:

Las campañas anteriores tuvieron un impacto significativo en el conocimiento, la valoración y el consumo del Jamón y Paleta de Teruel DOP por parte de los consumidores españoles. Según los estudios realizados ad-hoc por GFK, la asociación del sello DOP con atributos de calidad ha crecido 4,3 puntos porcentuales, pasando de un 62,3% en 2020 a un 66,5% en diciembre de 2024. La valoración del Jamón de Teruel DOP también se ha incrementado notablemente desde 2020. Actualmente, el 68% (vs. el 63,5% en 2020) de los españoles que conocen el Jamón de Teruel DOP consideran que esta denominación garantiza el origen nacional del jamón, y el 60,2% (vs. El 51,2% en 2020) considera que tiene jamones de calidad.

Al finalizar el Programa Europeo 2022-2024, la DOP Jamón de Teruel era la segunda DOP de jamón curado en notoriedad publicitaria y la tercera más conocida de España, con un 59% de notoriedad en la población española.

En cuanto al consumo, durante los tres años de campaña anterior, las ventas de Jamón de Teruel DOP en España se incrementaron un 42,7% (de incremento acumulado en valor total de venta), mientras que el conjunto de todos los jamones y paletas curados de España solo acumuló un 6,2% de crecimiento en valor en el mismo periodo. El Jamón de Teruel DOP mostro, por tanto, un rendimiento 7 veces superior al del total del mercado.

Aun así, todavía hay importantes desafíos en España para Jamón y Paleta de Teruel DOP y para el resto de productos europeos con sellos de Calidad, que motivan y justifican la continuación de estas campañas. Todavía hay un 41% de la población que no conocen la DOP Jamón de Teruel, y de los que la conocen, todavía hay un 45% que no la recuerda de forma espontánea (solo cuando se la sugieren). La notoriedad espontánea es de 13,7%, muy lejos aún de una situación de estabilidad.

El sello de calidad DOP solo es reconocido por el 38,7% de la población española, evidenciando la gran debilidad de que, todavía, más de la mitad de los consumidores no reconocen y, por tanto, no pueden valorar ni considerar, en sus decisiones de compra, las virtudes de los alimentos que llevan este sello. Según los datos del estudio ad-hoc hecho por GFK, solo el 33% de los españoles está dispuesto a pagar más por un producto



de alimentación con sello DOP; y solo el 24% se considera un comprador habitual de estos productos.

Todo esto supone una importante amenaza, no solo para Jamón / Paleta de Teruel DOP, sino también para todos los productores europeos que vendan en España con Denominación de Origen Protegida.

Mitigar esta amenaza y consolidar los buenos resultados de las campañas anteriores son los motivos principales para continuar con esta iniciativa en los próximos tres años.

1(e)

La propuesta describe claramente el mensaje principal previsto de la UE y de qué modo el programa difundirá información y promoverá varias características específicas de los productos y los métodos de producción agrícola de la UE. Sin embargo, el mensaje clave es genérico («Marcado por el frío con un sello de calidad europeo») y la referencia específica al sello DOP no está claramente articulada en relación con los objetivos de sensibilización de la campaña. Los mensajes de los programas aluden a Europa en general, a la Unión Europea, la PAC, los productos de la Unión y las normas de producto de la Unión. Todos ellos están en consonancia con los objetivos del tema seleccionado

Respuesta:

El mensaje clave “Marcado a frío con sello europeo de calidad” irá acompañado, siempre y de manera clara, del sello DOP y el símbolo identificador del CRDOP Jamón de Teruel / Paleta de Teruel, posicionados en una ubicación destacada que permita asociarlos claramente al mensaje clave de la campaña. Tanto el sello DOP, como el identificador del CRDOP, serán de inclusión obligatoria en todas las piezas de comunicación.

De esta forma, el mensaje textual se completa visualmente con estos símbolos, y el conjunto del mensaje responde eficazmente a la necesidad de incrementar el conocimiento sobre los sellos europeos de calidad, y en particular sobre Jamón/Paleta de Teruel DOP, así como las bondades de estos alimentos para el consumidor y la importancia de los esquemas de calidad europeos para un consumo responsable y sostenible.

Criterios calidad:

2(a)

No está claro si el programa se llevará a cabo paralelamente a otras campañas públicas o privadas.



Respuesta:

La DOP Jamón de Teruel, además de la campaña financiada con fondos europeos, cuenta con iniciativas promocionales adicionales a través de ayudas impulsadas por Diputación General de Aragón (DGA) o Diputación Provincial de Teruel.

Estas ayudas son de renovación anual y se enfocan en acciones recurrentes (Feria del Jamón de Teruel, Redes sociales de la entidad, etc.) y acciones que intentan complementar el proyecto europeo.

El importe estimado de subvención de DGA será entre 250000 € y 280000 €, está pendiente de adjudicarse, y por parte de DPT de 20000 €.

2(c)

La metodología es conforme con la propuesta en el anexo III de la Guía del programa. Sin embargo, las preguntas propuestas a título de ejemplo para el cuestionario no se han desarrollado adecuadamente (por ejemplo, «¿Le ha informado de algo nuevo o previamente desconocido?»).

Respuesta:

De entre los diferentes indicadores de impacto del Programa, el tercero tiene como objetivo evaluar en qué medida el Programa consigue transmitir al público objetivo nuevos conocimientos de la DOP Jamón y Paleta de Teruel DOP, así como mejorar su percepción para mejorar su visibilidad y cuota de mercado.

Para evaluar el desempeño de la campaña en este objetivo, el cuestionario de evaluación de las mediciones Post-Test incluirán preguntas específicas agrupadas en áreas:

1. La capacidad de la campaña de **transmitir nuevos conocimientos** de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P., que se analizará mediante las siguientes preguntas:

Después de haber visto la campaña, valore su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones. Utilice una escala del 0 al 10, donde 0 significa que está totalmente en desacuerdo con esa afirmación y 10 que está totalmente de acuerdo. Puede utilizar valores intermedios para matizar su opinión.

- Me informa de algo nuevo o que desconocía de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.
- Me ayuda a estar mejor informado del proceso de elaboración de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.



- Ahora sé o me refuerza la idea de que, el Jamón y Paleta de Teruel está reconocida con una Denominación de Origen Protegida
- Etc.

Estas preguntas y las nuevas que se definan una vez se conozca el contenido específico de la campaña y su plan de medios, ayudarán a determinar si la campaña ha conseguido comunicar nuevos conocimientos de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P. al público objetivo del Programa.

2. La capacidad de la campaña de mejorar la percepción por parte del público objetivo de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P., que se analizará mediante las siguientes preguntas:

Después de haber visto la campaña, valore su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones. Utilice una escala del 0 al 10, donde 0 significa que está totalmente en desacuerdo con esa afirmación y 10 que está totalmente de acuerdo. Puede utilizar valores intermedios para matizar su opinión

- Tengo una mejor opinión de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.
- Ha mejorado la imagen de calidad que tengo de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.
- Ha aumentado la confianza que me da la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.
- Etc.

Estas preguntas y las nuevas que se definan una vez se conozca el contenido específico de la campaña y su plan de medios, ayudarán a determinar si la campaña ha conseguido aumentar la sensibilización positiva del público objetivo del Programa hacia la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.

3. Adicionalmente y, aunque no sea un objetivo principal del Programa, se analizará la capacidad que tiene la campaña de persuadir hacia la compra y el consumo de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P. mediante las siguientes preguntas:

Después de haber visto la campaña, valore su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones. Utilice una escala del 0 al 10, donde 0 significa que está totalmente en desacuerdo con esa afirmación y 10 que está totalmente de acuerdo. Puede utilizar valores intermedios para matizar su opinión.

- Hace que sea más probable que compre D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.



- Me animan a buscar información de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.
- Hace que sea más probable que recomiende la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.

Aunque la evaluación final del programa en relación a este objetivo se realizará al final del tercer año una vez desarrolladas todas las acciones, a medida que se vayan ejecutando las campañas 1 y 2, se analizarán los sus resultados en las mediciones Post-Test correspondientes para poder determinar el correcto funcionamiento de las acciones y definir, si es necesario, acciones correctoras durante la vigencia del Programa.

2(c)

No se facilitan valores de referencia para los indicadores de repercusión: se establecerán al inicio del proyecto. Sin embargo, teniendo en cuenta que se trata de una continuación, se espera que se proporcionen algunos valores de referencia (por ejemplo, el indicador de repercusión relativo al reconocimiento del producto). Se proponen valores objetivo para los indicadores previstos.

Respuesta:

Tal y como se indica, los valores de referencia frente a los que se enfrentarán los resultados del último año del Programa se obtendrán en la medición Pre-Test que se llevará a cabo antes de que comiencen las acciones de la primera anualidad del Programa.

No obstante, y a modo de referencia, a continuación, se muestran los resultados alcanzados por el último Programa Europeo de promoción desarrollado por la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.:

- Reconocimiento del logotipo de Denominación de Origen Protegida:
38,7%
- Conocimiento del significado de Denominación de Origen Protegida:
54,8%
- Asociación espontánea de Denominación de Origen Protegida a Calidad:
66,5%



- Asociación espontánea de Denominación de Origen Protegida a Origen:
63,3%
- Conocimiento espontáneo de D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.:
13,7%
- Reconocimiento de D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.:
58,7%

2(d)

El presupuesto se divide eficazmente entre las actividades. Es, en gran medida, coherente con la estrategia descrita y el impacto previsto. Por ejemplo, las actividades relacionadas con las ventas (degustaciones, puntos de venta, etc.) están limitadas en la campaña, lo que podría afectar a la repercusión de las ventas.

Respuesta:

El proyecto actual no tiene como objetivo directo aumentar ventas, sino incrementar el conocimiento, reconocimiento y competitividad de los regímenes de calidad de la Unión Europea, en especial de la **Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) Jamón/Paleta de Teruel**. En línea con el Programa AGRIP-SIMPLE-2025-IM-EU QS, la iniciativa se diseña como un programa de **información y promoción** destinado a reforzar la visibilidad y el valor de los sellos europeos de calidad, tal como establece el Reglamento (UE) n.º 1144/2014.

El objetivo principal es **incrementar el conocimiento y reconocimiento de los regímenes de calidad D.O.P. de la UE**, poniendo en valor las bondades de los productos amparados por estas figuras: su calidad, su origen, la trazabilidad y los exigentes estándares de producción europeos. En el caso concreto del Jamón y Paleta de Teruel, se busca que los consumidores:

1. Comprendan el **valor y la garantía** que ofrece un producto D.O.P.
2. Identifiquen estos productos como opciones de **consumo responsable y sostenible**.
3. Sean conscientes de que, al elegir productos D.O.P., **apoyan la economía local**, el empleo en zonas rurales y la producción agrícola de proximidad tanto en España como en la Unión Europea.



Uno de los principales retos de las D.O.P. en Europa es su **escaso reconocimiento** entre consumidores y responsables de compra, quienes en su mayoría desconocen el significado del sello. Por ello, el programa se centra en transmitir que una D.O.P. es mucho más que un origen: es sinónimo de calidad certificada, control, territorio, tradición y confianza. Cuanto mayor sea el conocimiento del consumidor sobre lo que representa una D.O.P., mayor será su capacidad para valorar y diferenciar estos productos frente a otras opciones.

Aunque el programa **no está diseñado para activar ventas de manera directa**, sí se espera que el aumento de visibilidad, notoriedad y posicionamiento genere, a medio plazo, un impacto positivo en el consumo de productos D.O.P., incluido el Jamón de Teruel, gracias a una mejor percepción y diferenciación por parte del público.

Para alcanzar estos objetivos, el programa prioriza acciones con alto potencial de difusión y construcción de marca, por encima de dinámicas comerciales. La estrategia se estructura en varios bloques:

1. **Instrumentos de comunicación:** creación de fotografías, vídeos y materiales gráficos.
2. **Acciones de RR.PP. y gabinete de prensa**, para que los medios se conviertan en altavoces informativos y contribuyan a la divulgación de contenidos.
3. **Acciones de cobertura y afinidad** en televisión, medios digitales, prensa y radio.

A través de este mix de medios y acciones, se busca **incrementar el conocimiento general y el reconocimiento del sello D.O.P. y del Jamón/Paleta de Teruel**, fortaleciendo su posicionamiento y competitividad y situándolo progresivamente en el *Top of Mind* del consumidor en el momento de decisión de compra.

2(e)

Para cada resultado entregable, los costes no siempre se describen y se presentan utilizando costes por producción, sino que se utilizan sumas a tanto alzado (por ejemplo, PT2 Relaciones públicas, PT3 Página web, PT1.2 Viajes, etc.). No existen errores en el análisis de costes en la parte B ni en el cuadro presupuestario detallado.

Respuesta:

En relación con las labores de relaciones públicas, sitio web y viajes de coordinación, es importante destacar que se trata de un servicio integral, diseñado y ejecutado como un paquete único. Todas las actividades contempladas forman parte de una estrategia global cuyo valor y eficacia dependen de su implementación conjunta, coordinada y continua en el tiempo.



El servicio contratado no son tareas independientes, sino un proyecto global en el que cada acción está conectada con las demás y contribuye a los resultados generales del programa. Por este motivo, no es posible contratar o ejecutar de forma aislada ninguna de las labores detalladas, ya que perdería sentido fuera del marco estratégico y afectaría a la coherencia del trabajo.

Es decir, se trata de un trabajo paquetizado y global con una planificación anual y con un fee único distribuido en mensualidades, que solo puede contratarse en su totalidad.

2 (h)

Se identifican algunos riesgos genéricos que podrían menoscabar el resultado del proyecto, pero se clasifican correctamente y se presentan las medidas de mitigación que se adoptarán. Sin embargo, algunas de las medidas de mitigación se presentan muy brevemente (por ejemplo, Riesgo 8 Modificar temporalmente las acciones).

Respuesta:

La evolución económica posterior al periodo pospandémico continúa siendo incierta tanto a nivel nacional como europeo. Esta incertidumbre puede afectar a la capacidad de financiación público-privada, incrementar los costes de ejecución del proyecto (inflación, variación de precios en materiales o servicios) y reducir la disponibilidad de proveedores.

Existe la posibilidad de que surja una nuevas crisis sanitarias o pandémicas, lo que podría limitar o impedir la ejecución de ciertas actividades tal como están planificadas actualmente. Esto podría generar:

- Retrasos en la activación de acciones presenciales.
- Necesidad de adaptar o sustituir algunas acciones por alternativas virtuales o de recursos externos.
- Ajustes en proveedores, colaboradores o socios.
- Fluctuaciones adicionales en el presupuesto y en la disponibilidad de recursos humanos.

Medidas de mitigación:

- Evaluación del contexto económico.
- Escenarios alternativos de actuación.
- Flexibilidad del calendario.
- Revisión contractual con proveedores.
- Mecanismos de control y seguimiento.



- Protocolo de revisión ante crisis sanitaria.

Resultado esperado de la mitigación:

Garantizar la continuidad y viabilidad del proyecto, asegurando que su ejecución pueda adaptarse a un contexto económico cambiante a posibles crisis sanitarias futuras, asegurando que se cumplan los objetivos establecidos.

Criterio de impacto:

3(b)

El nivel de inversión propuesto se justifica por el rendimiento previsto de la inversión. La rentabilidad de la inversión está correctamente calculada y es realista. El nivel de inversión propuesto no está plenamente justificado por el aumento previsto del grado de sensibilización en términos de asociaciones con el concepto de origen y calidad.

Respuesta:

El proyecto va a tener impacto en dos dimensiones:

1. La informativa, es decir, el aumento de sensibilización positiva del consumidor español hacia los productos agrícolas D.O.P. de la Unión Europea en general y hacia el Jamón y Paleta de Teruel D.O.P. en particular.
2. La económica, es decir, el beneficio obtenido en las ventas de Jamón y Paleta de Teruel D.O.P. en España por cada euro invertido.

Llegar de forma efectiva al consumidor y mejorar la percepción y valoración que tiene de los productos agrícolas D.O.P. de la Unión Europea en general y del Jamón y Paleta de Teruel D.O.P. en particular, es el camino para conseguir el objetivo del rendimiento económico.

Para mejorar la percepción y valoración de los consumidores, es decir, aumentar su sensibilización positiva hacia el producto, el Programa tiene que, primero dar a conocerlo (aumentar su notoriedad), y segundo transmitir sus bondades, siendo las principales la garantía de calidad superior y de origen. Recordemos que una D.O.P. asegura que las características organolépticas y nutritivas del producto son únicas y que se deben a un entorno geográfico y humano específico (clima, tierra, métodos de producción).

Para evaluar en qué medida el Programa está cumpliendo con el objetivo del rendimiento informativo, se han desarrollado indicadores de impacto:



1. Primero, el nivel de conocimiento y reconocimiento del régimen de calidad Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea en general y de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P. en particular. Es el primer escalón del Funnel de un producto, darlo a conocer entre el público objetivo. La herramienta de evaluación medirá la evolución del número de personas que reconoce el logotipo de Denominación de Origen Protegida de la Unión Europea en general y de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P. El objetivo propuesto es el de aumentar este reconocimiento en 3 puntos porcentuales. En la medida en la que el Programa ayude a incrementar el reconocimiento del régimen de calidad Denominación de Origen Protegida y de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P., mejorará su visibilidad y cuota de mercado.
2. Segundo, el nivel de conocimiento de las bondades de los productos agrícolas D.O.P. de la Unión Europea (entre los que se encuentra la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.) y los elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea. La herramienta de evaluación medirá la evolución del número de personas que asocia los productos D.O.P. a sus principales valores diferenciales del resto de productos, en concreto, a los conceptos de “Calidad” y “Origen”. El objetivo propuesto es que la asociación que hacen los consumidores a los conceptos de “Calidad” y “Origen” sea superior al 60%. Incrementar la asociación de la D.O.P. a los conceptos de “Calidad” y “Origen” (valores diferenciales y principales drivers de compra), aumentará la preferencia del consumidor español por los productos agrícolas D.O.P. de la Unión Europea (entre los que se encuentra la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P.). En consecuencia, se mejorará su percepción y valoración por parte del consumidor y cuota de mercado.
3. Y tercero, la cantidad de nuevos conocimientos de la D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P. que adquieren los consumidores españoles gracias al Programa. Cuantos más valores se transmitan al consumidor, mejor será su valoración y percepción. El objetivo es alcanzar un incremento estadísticamente significativo entre los resultados de la medición Post-Test del año 1 y el que se alcance en la medición Post-Test del año 3. Transmitir nuevos conocimientos sobre la D.O.P., características de producto, métodos de producción, etc. mejorará su percepción y valoración por parte del consumidor y cuota de mercado.

En resumen, para impactar en la cuota de mercado de un producto, en este caso, productos agrícolas D.O.P. de la Unión Europea en general, D.O.P. Jamón y Paleta de Teruel D.O.P. en particular, lo primero que tiene que conseguir el Programa es aumentar su visibilidad (notoriedad/ reconocimiento), para en segundo lugar incrementar la



sensibilización positiva de los consumidores hacia estos productos, es decir, transmitir sus valores diferenciales (Calidad y Origen principalmente) con respecto a los productos que no son D.O.P. Así aumentará la preferencia del consumidor por estos productos, lo que ayudará a incrementar su cuota de mercado.



Detailed Budget Table						
Project number	SEP - 211142589		Please fill-in the white cells only. Do NOT add rows or change the formulas.			
Project acronym	DOP - JdT - 2025					
Work Package	Years	A.Personnel costs	B. Subcontracting costs	C. Other direct costs	D. Financial support to third parties	TOTAL
1. Project coordination						
Personnel cost of the proposing organisation(s)						
	Year 1	58449,45				58449,45
	Year 2	58449,45				58449,45
	Year 3	58449,45				58449,45
Other costs of project coordination						
	Year 1			5000		5000
	Year 2			5000		5000
	Year 3			5000		5000
TOTAL WP 1 Project coordination		175348,35	0	15000	0	190348,35
2. Public relations						
Continuous PR activities (PR office)						
	Year 1		55188,5			55188,5
	Year 2		55188,5			55188,5
	Year 3		55188,5			55188,5
Press events						
	Year 1		54924			54924
	Year 2					0
	Year 3					0
TOTAL WP2 Public relations		0	220489,5	0	0	220489,5
3. Website and social media						
Website setup, updating, maintenance						
	Year 1		11500			11500
	Year 2		6900			6900
	Year 3		6900			6900
Social media (accounts setup, regular posting)						
	Year 1					0
	Year 2					0
	Year 3					0
Other (mobile apps, e-learning platforms, webinars, etc.)						
	Year 1					0
	Year 2					0
	Year 3					0
TOTAL WP 3 Website and social media		0	25300	0	0	25300
4. Advertising						
Print						
	Year 1		27210			27210
	Year 2		26660			26660
	Year 3		27870			27870
TV						
	Year 1		422009,5			422009,5
	Year 2		603350			603350
	Year 3		599720			599720
Radio						
	Year 1		25615			25615
	Year 2		28750			28750
	Year 3		29630			29630
Online						
	Year 1		114529			114529
	Year 2		129500			129500
	Year 3		130050			130050
Outdoor, cinema						
	Year 1					0
	Year 2					0
	Year 3					0
TOTAL WP 4 Advertising		0	2164893,5	0	0	2164893,5
5. Communication tools						
Publications, media kits, promotional merchandise						
	Year 1		18400			18400
	Year 2		5750			5750
	Year 3		5750			5750
Promotional videos						
	Year 1		138000			138000
	Year 2		11500			11500
	Year 3		11500			11500
TOTAL WP 5 Communication tools		0	190900	0	0	190900



Detailed Budget Table						
Project number	SEP - 211142589					
Project acronym	DOP - JdT - 2025					
Please fill-in the white cells only. Do NOT add rows or change the formulas.						
6. Events						
Stands at trade fairs						
	Year 1					0
	Year 2					0
	Year 3					0
Seminars, workshops, B2B meetings, trainings for trade/cooks, activities in schools						
	Year 1		34482,75			34482,75
	Year 2		34482,75			34482,75
	Year 3		34482,75			34482,75
Restaurant weeks						
	Year 1					0
	Year 2					0
	Year 3					0
Sponsorship of events						
	Year 1					0
	Year 2					0
	Year 3					0
Study trips to Europe						
	Year 1					0
	Year 2					0
	Year 3					0
Other events						
	Year 1					0
	Year 2					0
	Year 3					0
TOTAL WP 6 Events		0	103448,25	0	0	103448,25
7. Point-of-sale (POS) promotion						
Tasting days						
	Year 1					0
	Year 2					0
	Year 3					0
Other: promotion in retailers' publications, POS advertising (shelf talkers, posters, etc.), promotion in canteens						
	Year 1					0
	Year 2					0
	Year 3					0
TOTAL WP 7 Point-of-sale (POS) promotion		0	0	0	0	0
8. Other activities						
Other activities						
	Year 1					0
	Year 2					0
	Year 3					0
TOTAL WP 8 Other activities		0	0	0	0	0
9. Evaluation of results						
Evaluation of results						
	Year 1		19910,41			19910,41
	Year 2		10794,8			10794,8
	Year 3		10794,8			10794,8
TOTAL WP 9 Evaluation of results		0	41500,01	0	0	41500,01
10. Other eligible costs						
Other eligible costs (audit certificates, guarantee for prefinancing, non-recoverable VAT)						
	Year 1			11800		11800
	Year 2			11800		11800
	Year 3			11800		11800
TOTAL Other eligible costs		0	0	35400	0	35400
Total all headings						
	Year 1	58449,45	921769,16	16800	0	997018,61
	Year 2	58449,45	912876,05	16800	0	988125,5
	Year 3	58449,45	911886,05	16800	0	987135,5
SUBTOTAL		175348	2746531,26	50400	0	2972279,61
Indirect costs (4 % of direct personnel costs)		7013,92				
GRAND TOTAL		182361,92	2746532	50400	0	2979293,92
PLEASE FILL THE TABLE AND UPLOAD IT IN THE SUBMISSION SYSTEM IN EXCEL FORMAT						
DO NOT ADD ROWS OR CHANGE THE TABLE IN ANY WAY						



ANEXO 2

PRESUPUESTO ESTIMADO

ANEXO 2 AGRIP SIMPLE MGA — MULTI + MONO

PRESUPUESTO ESTIMADO DE LA ACCIÓN

	Costes subvencionables ¹ estimados (por categoría presupuestaria)										Contribución prevista de la UE ²				
	Costes directos									Costes indirectos	Costes totales	Contribución de la UE a los costes subvencionables			Importe máximo de la subvención ⁶
	A. Costes de persona		B. Gastos de subcontratación	C. Costes de adquisición				D. Otras categorías de costes	E. Costes indirectos ³	Porcentaje de financiación ⁴		Contribución máxima de la UE ⁵	Contribución de la UE solicitada		
	A.1 Empleados (o equivalente) A.2 Personas físicas con contrato directo A.3 Personas destacadas	A.4 Propietarios de pymes y personas físicas beneficiarias	B. Subcontratación	C.1 Desplazamientos y dietas			C.2 Equipos	C.3 Otros bienes, trabajos y servicios	D.1 Ayuda financiera a terceros	E. Costes indirectos					
				Desplazamientos	Alojamiento	Dietas									
Formas de financiación	Costes reales	Costes unitarios ⁷	Costes reales	Costes reales	Costes reales	Costes reales	Costes reales	Costes reales	Costes reales	Costes a tanto alzado ⁸					
	a1	a3	b	c1a	c1b	c1c	c2	c3	d1	e = tanto alzado * (a1 + a3)	f = a+b+c+d+e	U	g = f* U%	h	m
Consejo Regulador De La Denominacion De Origen Protegida Jamon De Teruel	175.348,00		2.746.532,00	15.000,00				35.400,00		7.013,92	2.979.293,92	70%	2.085.505,74	2.085.505,74	2.085.505,74
Total consorcio	175.348,00		2.746.532,00	15.000,00				35.400,00		7.013,92	2.979.293,92		2.085.505,74	2.085.505,74	2.085.505,74

¹ Véanse las condiciones de subvencionabilidad en la cláusula 6. Todos los importes deben expresarse en euros (véanse las normas de conversión en la cláusula 21).

² El consorcio tiene libertad para decidir una distribución interna diferente de la financiación de la UE (a través del acuerdo de consorcio; véase la cláusula 7).

³ Los costes indirectos ya cubiertos por una subvención de funcionamiento (recibida en el marco de cualquier programa de financiación de la UE) no son subvencionables (véase la cláusula 6.3). Por lo tanto, un beneficiario/entidad afiliada que reciba una subvención de funcionamiento durante la vigencia de la acción no podrá declarar costes indirectos para el (los) año(s)/período(s) de referencia cubierto(s) por dicha subvención, a menos que pueda demostrar que la subvención de funcionamiento no cubre ningún coste de la acción. Esto requiere herramientas contables específicas. Para más información, póngase inmediatamente en contacto con nosotros a través del Portal de Financiación y Licitaciones de la UE.

⁴ Para el porcentaje o porcentajes de financiación, consúltese la ficha técnica.

⁵ Se trata del importe teórico de la contribución de la UE a los costes, en caso de que se aplique el porcentaje de reembolso a todos los costes presupuestados. Este importe teórico está limitado por el «importe máximo de la subvención».

⁶ El «importe máximo de la subvención» es el decidido por la UE. Corresponde normalmente a la subvención solicitada, pero puede ser inferior.

⁷ Para más detalles (unidades, coste por unidad), consúltese el anexo 2 bis «Información adicional sobre el presupuesto estimado».

⁸ Para la cantidad a tanto alzado, consúltese la ficha técnica.



ANEXO 2 bis

**INFORMACIÓN ADICIONAL SOBRE LOS COSTES UNITARIOS Y LAS
CONTRIBUCIONES**

Propietarios de pymes / beneficiarios que sean personas físicas sin salario

Véase la [información adicional sobre los costes unitarios y las contribuciones \(anexos 2 bis y 2 ter\)](#)



ANEXO 3

FORMULARIO DE ADHESIÓN PARA LOS BENEFICIARIOS²⁸

[Deberá ser cumplimentado y firmado por todos los beneficiarios distintos del coordinador y, posteriormente, en caso de modificaciones, por cualquier nuevo beneficiario (coordinador u otro).]

[Nombre legal del beneficiario (nombre abreviado)] [número] PIC establecido en [dirección legal]

conviene en:

convertirse en [beneficiario] [coordinador]

en el Convenio [indicar número] — [indicar acrónimo] («el Convenio»)

entre [nombre legal del coordinador (nombre abreviado)] y la [indicar el nombre de la autoridad competente del Estado miembro] que actúa en nombre de y por cuenta de [nombre del Estado miembro] («autoridad otorgante»)

[OPCIÓN para los beneficiarios que NO sean coordinadores: y mandata

al coordinador para presentar y firmar en su nombre y representación cualquier **modificación** del Convenio, de conformidad con la cláusula 39./

Al firmar el presente formulario de adhesión, el beneficiario acepta la subvención y acepta *[OPCIÓN: para los coordinadores:* asumir las obligaciones y el papel de coordinador y/ ejecutarlo de conformidad con el Convenio, con todas las obligaciones y condiciones que establece el mismo*]**[OPCIÓN para nuevos beneficiarios/coordinadores:* a partir del /*[indicar la fecha]*/la fecha de la firma del formulario de adhesión/la fecha de entrada en vigor de la modificación/ («**fecha de adhesión**») si la autoridad otorgante acepta la solicitud de modificación

Los beneficiarios que entren en el contexto de una transferencia parcial de derechos y obligaciones («adquisición parcial») reconocen y aceptan que puedan ser considerados responsables solidarios de las cantidades indebidamente pagadas al beneficiario al que sustituyen (es decir, recuperaciones). /.

FIRMA

Por el beneficiario / nuevo beneficiario / nuevo coordinador:

[cargo/nombre/apellidos]

[Firma]

Hecho en [español], el [sello]

²⁸ Plantilla publicada en el [Portal de documentos de referencia](#).



ANEXO 4

MODELO DE ESTADO FINANCIERO

ANEXO 4 AGRIP SIMPLE MGA — MULTI + MONO

ESTADO FINANCIERO (por participante y periodo de referencia)

		Costes subvencionables ¹ (por categoría presupuestaria)										Contribución de la UE ²				
		Costes directos								Costes indirectos	Costes totales	Contribución de la UE a los costes subvencionables			Contribución total de la UE solicitada	
		A. Costes de personal		B. Gastos de subcontratación	D. Otras categorías de costes							E. Costes indirectos ³	Porcentaje de financiación ⁴	Contribución máxima de la UE ⁵		Contribución de la UE solicitada
					C.1 Desplazamientos y dietas			C.2 Equipos	C.3 Otros bienes, trabajos y servicios	D.X Ayuda financiera a terceros		E. Costes indirectos				
A.1 Empleados (o equivalentes)		A.4 Propietarios de pymes y personas físicas beneficiarias														
A.2 Personas físicas con contrato directo				Desplazamientos			Alojamiento	Dietas								
A.3 Personas destacadas																
Formas de financiación		Costes reales	Costes unitarios ⁶	Costes reales	Costes reales	Costes reales	Costes reales	Costes reales	Costes reales	Costes a tanto alzado ⁶						
		a1	a3	b	c1a	c1b	c1c	c2	c3	d1	e = tanto alzado * (a1 + a3)	f = a+b+c+d+e	U	g = f* UE	h	m
XX – [denominación abreviada beneficiario]																



ANEXO 5**NORMAS ESPECÍFICAS****DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL (DPI), CONOCIMIENTOS PREVIOS Y RESULTADOS, DERECHOS DE ACCESO Y DERECHOS DE USO – (CLÁUSULA 16)****Lista de antecedentes**

Cuando existan derechos de propiedad industrial e intelectual (incluidos derechos de terceros) antes del Convenio, los beneficiarios deberán elaborar una lista de tales derechos preexistentes, especificando los titulares de los mismos.

El coordinador deberá presentar esta lista a la autoridad otorgante antes del inicio de la acción.

Derechos de uso de la autoridad otorgante y de la Comisión Europea sobre los resultados con fines de información, comunicación, difusión y publicidad

La autoridad otorgante y la Comisión Europea también tendrán derecho a explotar los resultados no sensibles de la acción con fines de información, comunicación, difusión y publicidad, utilizando cualquiera de las siguientes modalidades:

- el uso para sus propios fines [en particular, ponerlos a disposición de las personas que trabajan para ellas o para cualquier otro Estado miembro o servicio de la UE (incluidas las instituciones, órganos, oficinas, agencias, etc.), o institución u organismo de otro Estado miembro; copiarlos o reproducirlos total o parcialmente en número ilimitado; y la comunicación mediante servicios de información a la prensa];
- la **distribución pública** de ejemplares en papel o en formato electrónico o digital por internet, incluidas las redes sociales, como archivo descargable o no;
- la **edición o reformulación** [como compendiar, resumir, modificar, corregir, cortar, introducir elementos (por ejemplo, metadatos, leyendas u otros elementos gráficos, visuales, sonoros o textuales), extraer partes (por ejemplo, archivos de audio o vídeo), dividir en partes o usar en una compilación];
- la traducción, incluida la inserción de subtítulos o el doblaje en todas las lenguas oficiales de la UE;
- el **almacenamiento** en soporte de papel, electrónico o de otro tipo;
- el **archivado**, en consonancia con las normas de gestión documental aplicables;
- el derecho de autorizar a **terceros** a actuar en su nombre, o de conceder sublicencias a terceros, incluso si existen conocimientos previos con licencia, de cualquiera de los derechos o modos de explotación previstos en la presente disposición;



- el **tratamiento**, el análisis y la agregación de los resultados y la **producción de obras derivadas**;
- la **difusión** de los resultados en bases de datos o índices ampliamente accesibles (por ejemplo, a través de portales de «acceso abierto» o «datos abiertos» o repositorios similares), ya sea de forma gratuita o no.

Los beneficiarios deberán garantizar estos derechos de uso durante todo el tiempo que estén protegidos por derechos de propiedad industrial o intelectual.

Si los resultados están sujetos a derechos morales o derechos de terceros (incluidos los derechos de propiedad intelectual o los derechos de las personas físicas sobre su imagen y voz), los beneficiarios deberán asegurarse de cumplir con sus obligaciones en virtud del presente Convenio (en particular, mediante la obtención de la licencias y autorizaciones necesarias de los titulares de derechos de que se trate).

COMUNICACIÓN, DIFUSIÓN Y VISIBILIDAD - (CLÁUSULA 17)

Actividades complementarias de comunicación y difusión

Los beneficiarios deberán participar en las siguientes actividades complementarias de comunicación y difusión:

- **presentación del proyecto** (incluido el resumen del proyecto, los datos de contacto del coordinador, la lista de participantes, la bandera europea y la declaración de financiación, así como el logotipo especial y los resultados del proyecto) en los **sitios web** de los beneficiarios o en las **cuentas de las redes sociales**.

Logotipos especiales

Todo el material visual de información y promoción utilizado deberá incluir el logotipo «¡Disfrútelo, es un producto europeo!»:



que deberá figurar:

- en inglés, pero con la posibilidad de traducir el texto en una nota a pie de página,
- en vertical,
- en color (naranja = 8-M74-Y90-K0) o en blanco y negro (naranja sustituido por negro K100 y azul sustituido por gris K60),
- en un tamaño proporcional al tamaño del material en el que figure.



En función del tema de la campaña, el logotipo podrá ir acompañado por uno de los textos siguientes:

Tema	Texto
Medio ambiente	La Unión Europea respalda las campañas que promueven la protección del medio ambiente.
Calidad y seguridad alimentaria	La Unión Europea respalda las campañas que promueven la calidad de los productos agrícolas.
Salud	La Unión Europea respalda las campañas que promueven la vida sana.
Diversidad	La Unión Europea respalda las campañas que promueven una amplia variedad de productos agrícolas.
Tradición	La Unión Europea respalda las campañas que promueven las tradiciones agrícolas.

NORMAS ESPECÍFICAS PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACCIÓN - (CLÁUSULA 18)

Normas específicas para las campañas de información y promoción de los productos agrícolas

Cuando lleven a cabo las campañas de información y promoción, los beneficiarios deberán respetar las condiciones siguientes:

- que las medidas de información y promoción sean objetivas, imparciales y no discriminatorias;
- que las medidas de información y promoción también promuevan la actuación de la UE y utilicen tanto la bandera de la UE como la declaración de financiación y el logotipo especial;
- cuando utilicen un sitio web del proyecto para las medidas de información y promoción: utilizar el dominio «.eu», incluir información clara sobre el propietario del sitio web y garantizar su cierre una vez finalizada la acción o, si sigue activo, que recibe un mantenimiento adecuado y está protegido contra la ciberocupación;
- en caso de **menciones de origen** de los productos promocionados:
 - que las medidas de promoción e información no estén orientadas en función del origen;
 - que el mensaje principal esté orientado hacia la UE (y no se centre en un origen específico) y, en particular:
 - que la mención del origen complemente el mensaje principal de la UE;



- que la mención del origen no incite a los consumidores a comprar productos nacionales exclusivamente a causa de su origen y que también se ofrezca la información sobre las propiedades específicas del producto;
- que la mención del origen sea secundaria; esto significa, en el caso de las acciones en los Estados miembros de la UE, que el texto o símbolos relativos al origen deben ser *menos* prominentes que el texto o símbolos que se refieren al mensaje principal de la UE; en las acciones llevadas a cabo en países no pertenecientes a la UE, la mención *no debe ser más* prominente que el texto o símbolos que se refieren al mensaje principal de la UE;
- que el principal mensaje de la Unión no quede oculto por materiales relacionados con la mención del origen (como imágenes, colores, símbolos, etc.) y que este material aparezca en una zona separada;
- que la mención del origen se refiera al nivel nacional o superior (es decir, a un espacio supranacional o a un Estado miembro, pero no inferior), salvo que la mención del origen forme parte de:
 - un logotipo de las regiones ultraperiféricas (en lo sucesivo, «logotipo RUP»)²⁹ o material visual relacionado;
 - un régimen nacional de calidad con un origen en su nombre;
 - un origen que figura en el nombre de un producto reconocido en virtud de uno de los siguientes regímenes de calidad de la UE:
 - denominación de origen protegida (DOP)
 - indicaciones geográficas protegidas (IGP), o
 - especialidades tradicionales garantizadas (ETG)³⁰;
- la mención del origen se limite al material visual (es decir, no sonoro);
- en caso de uso de **marcas**:
 - que las medidas de promoción e información no estén orientadas en función de las marcas;

²⁹ Véase el anexo I del Reglamento Delegado (UE) n.º 179/2014 de la Comisión, de 6 de noviembre de 2013, que complementa el Reglamento (UE) n.º 228/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que atañe al registro de agentes económicos, al importe de la ayuda para la comercialización de productos fuera de su región, al símbolo gráfico, a la exención de los derechos de importación de determinados bovinos y a la financiación de ciertas acciones relacionadas con las medidas específicas destinadas a la agricultura de las regiones ultraperiféricas de la Unión (DO L 63 de 4.3.2014, p. 3).

³⁰ Reglamento Delegado (UE) n.º 664/2014 de la Comisión, de 18 de diciembre de 2013, por el que se completa el Reglamento (UE) n.º 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que se refiere al establecimiento de los símbolos de la Unión para las denominaciones de origen protegidas, las indicaciones geográficas protegidas y las especialidades tradicionales garantizadas y en lo que atañe a determinadas normas sobre la procedencia, ciertas normas de procedimiento y determinadas disposiciones transitorias adicionales (DO L 179 de 19.6.2014, p. 17).



- que, excepto en el caso de las medidas de información y de promoción relativas a regímenes nacionales de calidad como marca registrada, el uso de marcas:

- se limite a:

- demostraciones o degustaciones (en ferias, eventos interempresariales, sitios web o en puntos de venta) y
- material informativo y promocional impreso distribuido durante dichas demostraciones y degustaciones;

y

- satisfaga los siguientes requisitos:

- solo se utilicen marcas que entren en la definición de marcas a tenor de los artículos 4 y 74 del Reglamento (UE) 2017/1001³¹ o del artículo 3 de la Directiva (UE) 2015/2436³²;
- la exhibición de las marcas no debilita el mensaje principal de la UE y, en particular:
 - la exhibición de las marcas sea secundaria (es decir, en un formato más pequeño que el mensaje principal de la UE);
 - el mensaje principal de la UE no quede oculto por la exhibición de material relacionado con las marcas (como imágenes, colores, símbolos, etc.);
- las marcas se limiten a una presentación visual (es decir, no sonora);
- todos los miembros de la organización beneficiaria hayan contado con igualdad de oportunidades para exhibir sus marcas y estas se exhiban juntas de forma igualmente visible en una zona separada de la dedicada al mensaje principal de la UE;
- las marcas se exhiban como sigue:
 - en ferias, eventos interempresariales o puntos de venta:
 - todas juntas en un panel ubicado en la parte delantera del mostrador; dicho panel no superará el 5 % de la superficie total de la parte delantera del mostrador (o proporcionalmente menos, si se mencionan menos de 5 marcas)

³¹ Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, sobre la marca de la Unión Europea (DO L 154 de 16.6.2017, p. 1).

³² Directiva (UE) 2015/2436 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2015, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas (DO L 336 de 23.12.2015, p. 1).



o

- individualmente, en expositores separados e idénticos, de una forma neutra e idéntica, en la parte delantera del expositor; la exhibición del nombre de la marca no superará el 5 % de la superficie total de la parte delantera del mostrador (o proporcionalmente menos, si se mencionan menos de 5 marcas);
- en el caso de sitios web: todas las marcas juntas, bien:
 - en un anuncio situado en la parte inferior de la página web:
 - dicho anuncio no superará el 5 % de la superficie total de la página web (o proporcionalmente menos, si se mencionan menos de 5 marcas) y
 - cada marca deberá ser más pequeña que la bandera europea (emblema) (véase la cláusula 17);

o

- en una página web independiente, distinta de la página web de inicio, de forma neutra e idéntica para cada marca;
- en el caso del material informativo y promocional impreso distribuido durante demostraciones y degustaciones: todas las marcas juntas en un anuncio en la parte inferior de la página que no superará el 5 % de la superficie total de dicha página (o proporcionalmente menos, si se mencionan menos de 5 marcas);
- en el caso de **declaraciones de propiedades saludables** (es decir, información sobre los efectos de un producto sobre la salud):
 - cerciorarse de que la declaración de propiedades saludables relativa a las acciones en los Estados miembros de la UE cumpla lo dispuesto en el anexo del Reglamento (CE) n.º 1924/2006³³, o sea aprobada por la autoridad nacional competente en materia de salud pública del Estado miembro en el que se lleven a cabo las operaciones; en el caso de las acciones en países no pertenecientes a la UE, debe ser aprobado por la autoridad nacional competente del país en el que se lleven a cabo las operaciones;
- en el caso de las acciones en los Estados miembros de la UE:
 - que las medidas de información y de promoción relativas a un **régimen nacional de calidad** se centren en el régimen y no en productos individuales (es decir,

³³ Reglamento (CE) n.º 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos (DO L 404 de 30.12.2006, p. 9).



que los productos se utilicen únicamente para ilustrar el régimen y aparezcan como mensaje secundario, sin debilitar el mensaje principal de la UE).

- garantizar que, en el caso de los productos promocionados, el material visual de información y promoción utilizado incluya una referencia a las [directrices dietéticas nacionales basadas en los alimentos](#)³⁴ de los Estados miembros destinatarios.

Normas específicas para la ayuda financiera a terceros

Cuando la ayuda financiera a terceros se conceda a entidades vinculadas a los beneficiarios³⁵, estos deberán garantizar que los costes imputados a la acción se limiten a los costes realmente contraídos y que las entidades cumplan el principio de buena gestión financiera y lleven registros de sus costes.

³⁴ https://knowledge4policy.ec.europa.eu/health-promotion-knowledge-gateway/food-based-dietary-guidelines-europe-source-documents-food_en

³⁵ Las «entidades vinculadas» son aquellas que tienen un vínculo con el beneficiario, en particular jurídico o de capital, que no se limita a la acción ni se crea con el único objetivo de su ejecución.



ANEXO 6**MODELO DE CERTIFICADO DEL ESTADO FINANCIERO (CEF)**³⁶

[Deberá ser cumplimentado por el auditor del certificado del estado financiero, impreso con membrete propio y firmado (en papel). El PDF escaneado deberá ser presentado por el beneficiario (tanto con respecto a sí mismo como a sus entidades afiliadas).]

Mandato**1. Antecedentes y objeto**

Las entidades que participen en calidad de beneficiarios o entidades afiliadas («participantes») en las subvenciones AGRIP SIMPLE deberán presentar un certificado del estado financiero, siempre que así lo exija el Convenio de subvención y se cumplan determinados umbrales de gasto declarado (véase la ficha de datos del Convenio de subvención de la UE y la cláusula 24.2).

El objetivo del certificado del estado financiero es proporcionar a la autoridad otorgante información suficiente para poder evaluar si los costes declarados sobre la base de los costes reales o los costes con arreglo a las prácticas de contabilidad de costes habituales (en su caso) y, si procede, también los ingresos, cumplen las condiciones establecidas en el Convenio de subvención.

2. Ámbito de aplicación y normas aplicables

El encargo consiste en la ejecución de **procedimientos específicos acordados** para verificar la subvencionabilidad de los costes declarados en virtud del Convenio de subvención. No se trata de un encargo de fiabilidad; el auditor no emite una opinión de auditoría ni ofrece una garantía.

Se aplican las siguientes normas:

- la Norma Internacional sobre Servicios Relacionados (NISR) 4400 (revisada) *Encargos para realizar procedimientos acordados* emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB, por sus siglas en inglés)
- el *Código de Ética para Contables Profesionales* promulgado por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contables (IESBA, por sus siglas en inglés), incluidos los requisitos de independencia (*véanse las explicaciones más adelante*).

³⁶ Plantilla publicada en el [Portal de documentos de referencia](https://run.gob.es/hsbIF8yLcR).



Los certificados deben ser emitidos con arreglo a las normas profesionales más exigentes. El trabajo debe planificarse de forma que pueda llevarse a cabo una verificación eficaz. El auditor debe utilizar las pruebas obtenidas a partir de los procedimientos llevados a cabo como base para el certificado. Deben documentarse las cuestiones relevantes para las conclusiones y las pruebas de que el trabajo se ha llevado a cabo de conformidad con el pliego de condiciones. Los resultados deben describirse con suficiente detalle para que el participante y la autoridad otorgante puedan garantizar un seguimiento adecuado.

3. Auditores que pueden emitir un certificado

Los participantes son libres de elegir un **auditor externo cualificado**, incluido su auditor externo habitual, siempre y cuando:

- el auditor sea **independiente** del participante y
- se cumplan las disposiciones de la **Directiva 2006/43/CE**³⁷ (o normas similares).

Aunque la norma NISR 4400 indica que la independencia no es un requisito necesario en los encargos de procedimientos acordados, la independencia es una de las cualidades para garantizar un enfoque imparcial y, por tanto, necesaria para los auditores del certificado del estado financiero. Por lo tanto, el cumplimiento de los requisitos de independencia del Código de Ética de la IESBA es obligatorio.

Los **organismos públicos** pueden optar por un auditor externo o por un funcionario público independiente. En este caso, la independencia suele definirse como independencia «de hecho y en apariencia» (*por ejemplo, que el funcionario no participa en la elaboración de los estados financieros*). Compete a cada organismo público nombrar al funcionario público y garantizar su independencia. El certificado debe hacer referencia a tal designación.

Los propios costes del certificado del estado financiero pueden imputarse al proyecto, por lo que la elección del auditor debe satisfacer los criterios mínimos en cuanto a la mejor relación calidad-precio y ausencia de conflicto de intereses, tal como se establece en el Convenio de subvención. Si el participante recurre a su empresa de auditoría habitual, cabe presumir que ya tiene un acuerdo que satisface estas disposiciones.

4. Procedimientos que deben seguirse y resultados esperados

Las verificaciones deben efectuarse sobre la base de la investigación y el análisis, la (re)estimación, la comparación y otras comprobaciones de la exactitud, la observación, la inspección de registros y documentos, así como de entrevistas al participante (y a las personas que trabajan para él).

La verificación por muestreo de las transacciones debe basarse en el nivel de confianza resultante de los controles de los sistemas de base. El método de muestreo (y el tamaño de la muestra) deben ser explicados.

³⁷ Directiva [2006/43/CE](#) del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de mayo de 2006, relativa a la auditoría legal de las cuentas anuales y de las cuentas consolidadas o reglamentos nacionales similares (DO L 157 de 9.6.2006, p. 87).



También puede hacerse una referencia general a procedimientos similares en el marco del [Programa indicativo de auditoría de las subvenciones de la UE](#).

4.1 Controles de los sistemas de base

El auditor debe obtener una comprensión básica del sistema contable del beneficiario, del sistema de registro del tiempo y de las prácticas habituales.

A tal efecto, debe examinar la siguiente documentación:

- el Convenio de subvención (y las modificaciones)
- los informes periódicos y los estados financieros
- directrices y procedimientos internos relativos a las prácticas contables habituales, las prácticas de compra, las prácticas en materia de viajes y las normas para prestar apoyo financiero a terceros (en su caso).

El auditor debe verificar que:

- el sistema contable es fiable, riguroso, actualizado y exhaustivo
- el participante dispone de un sistema de contabilidad de doble asiento
- el sistema contable (analítico u otro sistema interno adecuado) permite identificar los costes y los ingresos vinculados al proyecto
- los gastos e ingresos en el marco de la subvención han sido registrados sistemáticamente utilizando un sistema de numeración que los distingue de los gastos e ingresos de otros proyectos
- el sistema de registro del tiempo es fiable (declaraciones de tiempo u otro sistema de registro del tiempo)
- las prácticas habituales son compatibles con los requisitos incluidos en el Convenio de subvención y se ajustan a la legislación nacional.

4.2 Verificación de la subvencionabilidad de los costes declarados

Verificación de las transacciones por muestreo

El auditor debe evaluar la subvencionabilidad de los costes declarados mediante una verificación de las transacciones por muestreo.

A tal efecto, debe examinar la siguiente **documentación**:

- en el caso de los costes de personal:
 - nóminas;
 - registros de tiempo de trabajo / hojas de presencia
 - contratos laborales



- justificantes de pago y documentos contables pertinentes (*cuentas personales, extractos bancarios, facturas, recibos, etc.*)
 - otros documentos (*legislación en materia de seguridad social, etc.*)
- en el caso de los subcontratistas:
 - licitaciones (en su caso)
 - ofertas recibidas (en su caso)
 - justificación de la elección del subcontratista
 - contratos con los subcontratistas
 - facturas
 - justificantes de pago y documentos contables pertinentes
 - otros documentos (*normas nacionales sobre contratación pública, si procede, Directivas de la UE, etc.*)
- en el caso de las dietas y gastos de viaje:
 - facturas y billetes de transporte (únicamente para los costes reales)
 - pruebas de pago y documentos contables pertinentes (únicamente para los costes reales)
 - otros documentos (*pruebas de asistencia, como actas de las reuniones, informes, etc.*)
- en el caso de los costes de equipo:
 - facturas;
 - albaranes / certificados de primera utilización
 - justificantes de pago y documentos contables pertinentes
 - método de cálculo de la amortización
- en el caso de los costes de otros bienes y servicios:
 - facturas
 - justificantes de pago y documentos contables pertinentes
- en el caso de la ayuda financiera a terceros:
 - propuestas y expedientes de proyectos subvencionados
 - en el caso de subvenciones: convenios de subvención / decisiones de subvención con los beneficiarios de la ayuda y formularios de aceptación (si procede)



- en el caso de premios: bases del concurso
- declaraciones de gastos
- justificantes de pago y documentos contables pertinentes
- en el caso de la(s) categoría(s) de costes específicos: los documentos que deben solicitarse dependen de la categoría de costes.

El auditor debe verificar que los gastos declarados cumplen las **normas generales de subvencionabilidad** establecidas en el Convenio de subvención.

En particular, los costes deben:

- haberse efectuado realmente
- estar relacionados con el objeto del Convenio de subvención e indicados en el presupuesto estimativo del beneficiario (es decir, la última versión del anexo 2)
- ser necesarios para la ejecución de la acción objeto de la subvención
- ser razonables y justificados y cumplir con el principio de buena gestión financiera, en especial en lo referente a la economía y la relación coste/eficacia³⁸
- haber sido contraídos durante la acción (duración según se define en el Convenio de subvención), con excepción de la factura del certificado de auditoría y de los costes relativos a la presentación del último informe
- no estar cubiertos por otra subvención de la UE (*véase más adelante costes no subvencionables*)
- ser identificables, verificables y, en particular, estar consignados en la contabilidad del participante y ajustarse a las normas de contabilidad aplicables en el país en que está establecido el beneficiario y a sus prácticas contables de costes habituales;
- cumplir los requisitos de la legislación nacional aplicable en materia de fiscalidad, trabajo y seguridad social
- ser conformes a las disposiciones del Convenio de subvención y
- haber sido convertidos a euros al tipo establecido en el Convenio de subvención:
 - en el caso de los participantes con cuentas establecidas en una moneda distinta del euro:

Los costes contraídos en otra moneda deben convertirse a euros utilizando la media de los tipos de cambio diarios del euro publicados en la serie C del [Diario Oficial de la UE](#) determinado durante el periodo de notificación correspondiente.

³⁸ Con el fin de ser evaluados, en particular, sobre la base de los procedimientos de contratación pública y selección de prestadores de servicios.



Si el tipo de cambio diario del euro para la moneda de que se trate no se publica en el Diario Oficial de la UE, el tipo utilizado debe ser la media de los tipos de cambio contables mensuales establecidos por la Comisión Europea y publicados en su [sitio web](#).

- en el caso de los participantes con cuentas establecidas en euros:

Los costes contraídos en otras monedas deben convertirse en euros aplicando las prácticas contables habituales del participante.

El auditor debe verificar si los gastos incluyen el **IVA** y, en caso afirmativo, cerciorarse de que el participante:

- no puede recuperar el IVA (ello debe ser respaldado por una declaración del organismo competente), y
- no es un organismo público que actúa como autoridad pública.

Además, el auditor debe verificar que los gastos declarados cumplen las **normas específicas de subvencionabilidad de los costes** establecidas en el Convenio de subvención.

Costes de personal

El auditor debe verificar que:

- los costes de personal han sido facturados y pagados en función del tiempo real dedicado (incluida la correcta conversión a equivalentes día) por el personal del participante para la ejecución de la acción, justificado a partir de fichas horarias u otros sistemas de registro del tiempo adecuados (como la declaración mensual de conformidad con el Convenio de subvención)
- los costes de personal (y la tarifa diaria, en su caso) fueron calculados sobre la base del salario bruto, sueldos u honorarios (más las contribuciones sociales obligatorias y otros pagos complementarios, pero excluyendo cualquier otro coste no subvencionable) especificados en un contrato de empleo u otro tipo de contrato, que no sobrepasen los tipos medios correspondientes a la política habitual del participante en materia de remuneración
- el trabajo se ha llevado a cabo durante el período de ejecución de la acción (duración tal como se define en el Convenio de subvención)
- los costes de personal no están cubiertos por otra subvención de la UE (*véase más adelante costes no subvencionables*)
- en el caso de los pagos complementarios: se cumplen las condiciones establecidas en el Convenio de subvención (es decir, que forman parte de las prácticas habituales del participante en materia de remuneración y se pagan de manera coherente cuando se trata del mismo tipo de trabajo o conocimientos especializados y que los criterios utilizados para calcular los pagos suplementarios son objetivos y generalmente aplicados por el participante, con independencia de la fuente de financiación utilizada)



- en el caso de los consultores internos y el personal delegado: se cumplen las condiciones establecidas en el Convenio de subvención [es decir, que la persona trabaja en condiciones similares a las de un empleado, que el resultado del trabajo realizado pertenece al participante (salvo que se acuerde otra cosa) y que los costes no son significativamente diferentes de los del personal que realiza tareas similares en virtud de un contrato de trabajo].

El auditor debe verificar que el sistema de gestión y de contabilidad asegura la correcta asignación de los costes de personal a las distintas actividades realizadas por el participante y financiadas por diversos donantes.

Gastos de subcontratación

El auditor debe verificar que:

- la subcontratación respeta la oferta económicamente más ventajosa (o precio más bajo) y que no hay ningún conflicto de intereses
- la subcontratación era necesaria para ejecutar la acción
- la subcontratación estaba prevista en el anexo 1 y en el anexo 2 o acordada por la autoridad otorgante en una fase posterior
- la subcontratación está respaldada por documentos contables de conformidad con la legislación contable nacional
- los organismos públicos han cumplido las normas nacionales sobre contratación pública.

Gastos de viaje y estancia

El auditor debe verificar que los gastos de viaje y estancia:

- han sido cobrados y pagados de conformidad con las normas internas o prácticas habituales del participante (o, a falta de tales normas o prácticas, que no superan el baremo normalmente aceptado por la autoridad otorgante) (únicamente para los costes reales)
- no están cubiertos por otra subvención de la UE (*véase más adelante costes no subvencionables*)
- se realizaron para viajes relacionados con las tareas de la acción que figuran en el anexo 1 del Convenio de subvención.

Gastos de equipo

El auditor debe verificar que:

- el equipo se adquiere, alquila o arrenda a precios normales de mercado
- los organismos públicos han cumplido las normas nacionales sobre contratación pública



- el equipo se ha amortizado, la amortización se ha calculado con arreglo a las normas fiscales y contables aplicables y solo se ha declarado la parte de la amortización correspondiente a la duración de la acción (salvo si el Convenio de subvención precisa que cubre la totalidad de los costes de compra)
- los costes no están cubiertos por otra subvención de la UE (*véase más adelante costes no subvencionables*).

Costes de otros bienes y servicios

El auditor debe verificar que:

- la compra respeta la oferta económicamente más ventajosa (o precio más bajo) y que no hay ningún conflicto de intereses
- los organismos públicos han cumplido las normas nacionales sobre contratación pública
- los costes no están cubiertos por otra subvención de la UE (*véase más adelante costes no subvencionables*).

Costes vinculados a la prestación de apoyo financiero a terceros (en su caso)

El auditor debe obtener los detalles y el desglose de los costes de la prestación de apoyo financiero a terceros y muestrear partidas de costes seleccionadas aleatoriamente (se exige la plena cobertura si hay menos de 10 partidas; de lo contrario, la muestra deberá tener un mínimo de 10 partidas, o un 10 % del total si esta cifra es más alta).

El auditor debe verificar que:

- el importe máximo de la ayuda financiera para cada tercero no ha superado el importe máximo fijado en el Convenio de subvención (o acordado de otro modo con la autoridad otorgante)
- se han respetado las demás condiciones establecidas en el Convenio de subvención.

Categorías de costes específicos (en su caso)

Las verificaciones de las categorías de costes específicos dependen de las condiciones de subvencionabilidad concretas establecidas en el Convenio de subvención.

 No es necesario comprobar las categorías de costes específicos basadas en costes unitarios, cantidades a tanto alzado o cantidades fijas. El certificado del estado financiero únicamente cubre las categorías de costes sobre la base de los costes reales o de los costes de acuerdo con las prácticas habituales de contabilidad de costes.

Por último, el auditor debe verificar que el beneficiario no ha declarado ningún coste considerado explícitamente **no subvencionable** en virtud del Convenio de subvención.

- los costes relacionados con el rendimiento del capital
- las deudas y la carga de la deuda



- las provisiones para pérdidas o deudas futuras
- el interés adeudado
- las pérdidas debidas al cambio de moneda
- los gastos bancarios cargados por el banco del participante por los pagos en virtud del Convenio de subvención
- los gastos excesivos o desconsiderados
- el IVA deducible
- el IVA contraído por un organismo público que actúa como autoridad pública
- los costes contraídos durante la suspensión del Convenio de subvención
- las contribuciones en especie aportadas por terceros a título gratuito
- los costes o contribuciones declarados en el marco de otras subvenciones de la UE (o subvenciones concedidas por un Estado miembro, un tercer país u otro organismo que ejecute el presupuesto de la UE), excepto en los casos siguientes:
 - acciones de Synergy: no aplicable
 - si la subvención de acción se combina con una subvención de funcionamiento³⁹ durante el mismo período y el participante puede demostrar que la subvención de funcionamiento no cubre ningún coste (directo o indirecto) de la subvención de acción.
- los costes contraídos por el personal permanente de una administración nacional para actividades que forman parte de sus actividades normales (es decir, no realizadas únicamente a causa de la subvención): no aplicable
- los gastos contraídos por el personal o los representantes de las instituciones, organismos o agencias de la UE: no aplicable
- obligación de lugar de ejecución: no aplicable
- otros costes no subvencionables (si procede): [indicar el nombre de la categoría de costes excluida].

Para obtener orientaciones detalladas sobre los procedimientos de cálculo de los costes subvencionables, véase el [Convenio de subvención anotado \(AGA\) Subvenciones de la UE](#).

4.3 Verificación de los ingresos

³⁹ Véase la definición en el artículo 183, apartado 2, letra b), del Reglamento Financiero (UE) 2024/2509: «**subvención de funcionamiento**»: una subvención de la UE destinada a financiar «el funcionamiento de un organismo cuyo objetivo forme parte de alguna de las políticas de la Unión y la apoye».



El auditor debe verificar que el participante ha declarado ingresos en la acepción del Convenio de subvención, es decir, ingresos generados por la acción (*por ejemplo, por la venta de productos, servicios y publicaciones, honorarios de conferencias*).

5. Tratamiento y seguimiento de las constataciones del certificado del estado financiero

Si el auditor detecta discrepancias o excepciones, la partida de costes normalmente no debe incluirse en el estado financiero presentado (ni es necesario mencionarla en dicho certificado).

Si la cuestión no puede ser rectificadora mediante la exclusión de los costes del estado financiero o si tiene un carácter sistémico más grave, debe consignarse en el certificado del estado financiero.

También deben notificarse los casos en los que el auditor tenga dudas. Además, el auditor debe mencionar cualquier comentario general y otras observaciones que puedan ser pertinentes para la evaluación (o para su seguimiento).

El certificado del estado financiero no afecta al derecho de la autoridad otorgante de proceder a sus propias evaluaciones o auditorías. El reembolso de los costes cubiertos por un certificado tampoco es óbice para que la autoridad otorgante, la Comisión Europea, la Oficina Europea de Lucha contra el Fraude (OLAF), la Fiscalía Europea o el Tribunal de Cuentas Europeo lleven a cabo controles, revisiones, auditorías e investigaciones de conformidad con el Convenio de subvención. La auditoría del certificado del estado financiero no es una auditoría completa ni ofrece garantías acerca de la legalidad y regularidad de los costes declarados.



Certificado

A la atención de

[Nombre completo de la organización
dirección]

La **empresa** abajo firmante, [nombre completo de la empresa de auditoría], establecida en [dirección completa/ciudad/país], representada para la firma del presente certificado por [nombre y cargo de un representante autorizado],

CERTIFICA:

que las presentes constataciones son los resultados fácticos de los procedimientos acordados realizados y, en particular, que:

- 1 — Hemos verificado los costes e ingresos declarados en el estado financiero de [nombre legal de la organización (nombre abreviado)], [número] PIC, en virtud del Convenio de subvención n.º [indicar el número] — [indicar el acrónimo], que cubren los costes correspondientes al período o períodos de notificación siguientes: [indicar período(s) de notificación].

Costes totales sujetos a la presente verificación de gastos: [indicar el importe] EUR.

- 2 — La verificación se llevó a cabo con arreglo a las normas y los procedimientos acordados establecidos en el pliego de condiciones.
- 3 — Tras la verificación se desprende que los costes e ingresos declarados en los estados financieros se ajustan a las disposiciones jurídicas y financieras del Convenio de subvención.

Con las siguientes excepciones:

[indicar las constataciones y los importes correspondientes (si son cuantificables)]

Observaciones y comentarios adicionales:

[insertar la información adicional]



- 4 — Estamos cualificados/autorizados a expedir el presente certificado *[(para más información, véase el apéndice del presente certificado)]* y no estamos sujetos a ningún conflicto de intereses.
- 5 — El beneficiario ha pagado un **precio** de [indicar el importe] EUR (incluido el IVA de [indicar el importe] EUR) por el presente certificado de auditoría. *[OPCIÓN 1: Estos costes son subvencionables en el marco de la subvención y se han incluido en el estado financiero.] [OPCIÓN 2: Estos costes no se han imputado a la subvención.]*

FIRMA

Por el auditor

[Nombre/apellidos/cargo]

[Firma]

[fecha] [sello]



ANEXO 7

MODELO DE INFORMES TÉCNICOS PERIÓDICOS

[Primer] [Segundo] [Tercer] informe técnico periódico de la acción [indicar acrónimo del proyecto]

Número del Convenio de subvención: [Indicar número de Convenio de subvención]
Título de la acción: [indicar título del proyecto]
Fecha de comienzo de la acción: [indicar dd.mm.aaaa]
Duración de la acción: [indicar duración en meses]
Período cubierto por el informe: del [indicar dd.mm.aaaa] al [indicar dd.mm.aaaa]

1) Descripción de las actividades realizadas con justificaciones de eventuales desviaciones respecto a las actividades previstas (máximo 1 500 caracteres por actividad)

	Descripción de las actividades previstas en el proyecto ¹⁾ incluida una indicación de los indicadores de rendimiento y de resultados estimados ²⁾	Descripción de las actividades realizadas, con los indicadores de rendimiento y de resultados	Explicaciones que justifican las diferencias entre las actividades previstas y las efectivamente realizadas
Actividad 1 [título]			
Actividad 2 [título]			
Actividad 3 [título]			
Actividad n [título]			

¹⁾ Anexo 1 del Convenio de subvención
²⁾ Véase el artículo 22 del Reglamento de Ejecución (UE) 2015/1831 de la Comisión

2) Anexo de las copias de todo el material y de las imágenes utilizadas aún no presentados



ANEXO 8

MODELO DE INFORME TÉCNICO FINAL

Informe técnico final de la acción [indicar acrónimo]

Número del Convenio de subvención: [Indicar número de Convenio de subvención]
Título de la acción: [indicar título de la acción]
Fecha de comienzo de la acción: [indicar dd.mm.aaaa]
Duración de la acción: [indicar duración en meses]

1) **Visión general de las actividades** realizadas y del resultado obtenido de la acción utilizando, en particular, los indicadores de impacto contemplados en el artículo 22 del Reglamento de Ejecución (UE) 2015/1831 de la Comisión (*máximo 6 000 caracteres*)

2) **Resumen** para publicación (*máximo 3 000 caracteres*)

