



Castilla-La Mancha

Consejería de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural
DG Industrias Agroalimentarias y Cooperativas

PROGRAMA DE APOYO AL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL 2019-2023

Tomelloso, 23 de noviembre de 2017

promoción

- Promoción: herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: **informar, persuadir y recordar** al público objetivo acerca de los productos que la empresa les ofrece, pretendiendo de esa manera **influir en sus actitudes y comportamientos**.
 - Objetivo global: influir en el comportamiento
 - Objetivos Específicos: informar, persuadir, recordar
 - OBJETIVO FINAL: aumentar las ventas
- Ejemplo clásico: Coca Cola buscaba persuadir al consumidor para que, cuando tuviera sed, bebiera Coca Cola en lugar de agua (cambio de comportamiento).



 Gasto en campaña UEFA Euro 2016: 13 millones €



promoción



- Para promocionar, se dispone de un conjunto de herramientas:
 - **Publicidad:** anuncios impresos, de radio y TV, empaque, folletos, carteles, anuncios, letreros, escaparates, material audiovisual, escaparates en puntos de venta,...
 - **Promoción de ventas:** concursos, sorteos, ferias y espectáculos comerciales, exhibiciones,...
 - **Eventos y experiencias:** visitas a la industria, actividades en la calle, exposiciones artísticas,...
 - **Relaciones públicas:** discursos, seminarios, publicaciones,...
 - **Venta personal:** reuniones de venta
 - **Marketing directo:** catálogos, mensajes por correo, compras por internet,...



PASVE 2019-2023



Objetivo:
mejorar la competitividad
Para:

- garantizar el mantenimiento de este sector
- Continuar aportando beneficios económicos, sociales y medio ambientales

PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países

¿para qué sirve la medida de promoción? busca apoyar programas de promoción del vinos de calidad en 3ºs países llevados a cabo por:

Beneficiarios:

- Empresas vinícolas
- OP vitivinícolas y asociaciones de OP vitivinícolas
- Organizaciones interprofesionales
- Organizaciones profesionales
- Órganos de gestión y representación de IGP y DOP vónicas, y sus asociaciones
- Asociaciones temporales o permanentes de 2 ó más productores* que tengan entre sus fines actuaciones de promoción y comercialización de vino
- Organismos Públicos con competencia para desarrollar actuaciones de promoción de productos en mercados de 3ºs países



PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países

- **Programa de promoción:** conjunto de acciones de promoción coherentes, desarrollados en 1 o varios países, cuyo objetivo sea aumentar la información del producto, así como su comercialización.
- **Carácter temporal y específico;** lograr dar a conocer un vino a un público objetivo de un lugar concreto y en un tiempo determinado:
 - **Productos:** vinos de calidad, destinados al consumo directo, y que sean DOP, IGP o vinos que indiquen la variedad de uva de vinificación
 - **Países destino:** todos los países terceros *
 - **Duración de un programa:** máximo 3 años / benefº en un mismo país (prorrogable máx. 2 años más). Además, las acciones deben ejecutarse en 12 meses [1 de junio – 31 de mayo sgte]
 - **Objetivo final:** consolidar un mercado (traducción: aumento ventas)



PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países

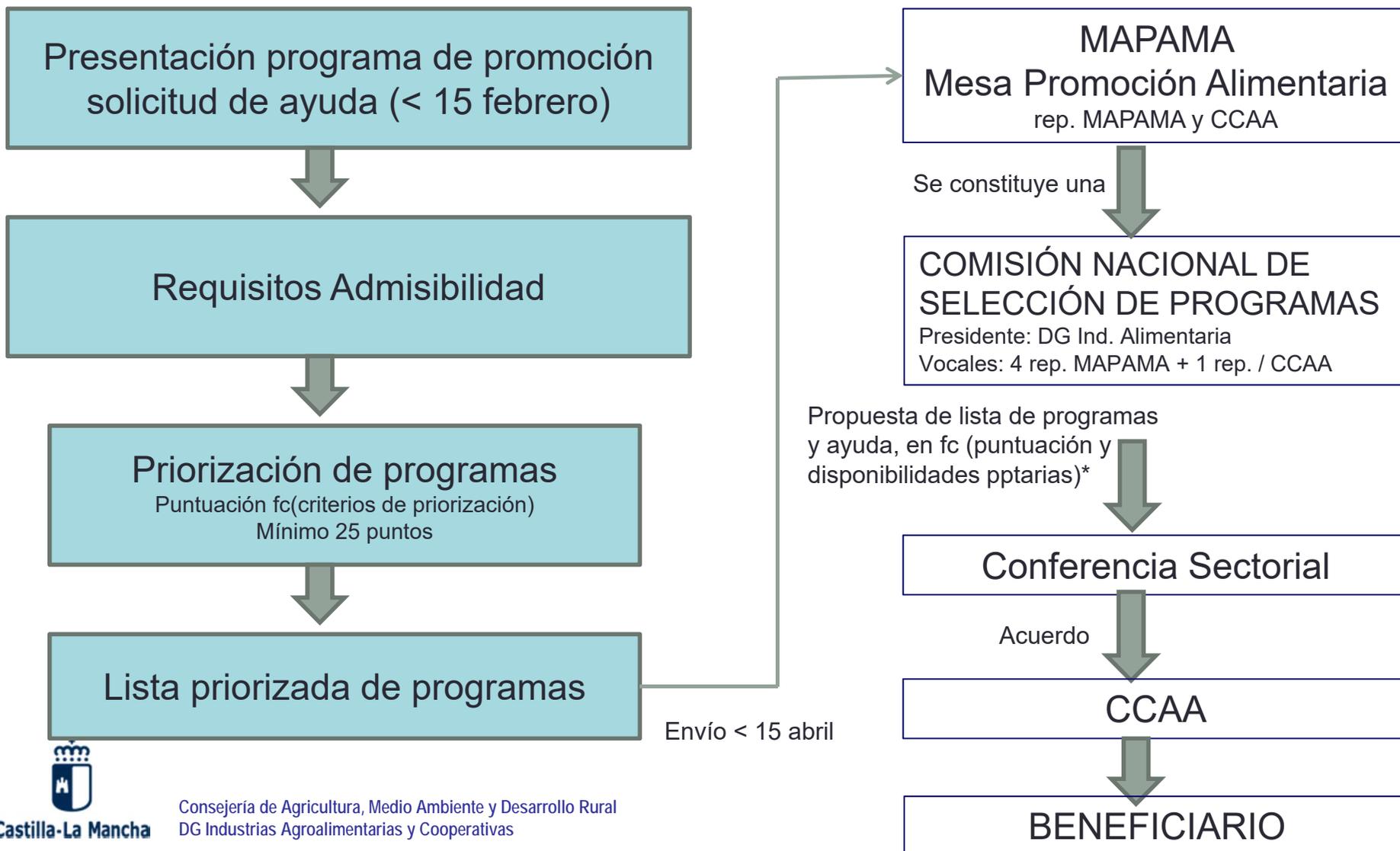
Los programas se estructuran en acciones y actividades:

Acciones	Actividades
a) Relaciones públicas y medidas de promoción y publicidad que destaquen en particular las ventajas de los productos de la Unión Europea en términos de calidad, seguridad alimentaria y respeto al medio ambiente.	Misiones comerciales. Campañas publicitarias de naturaleza diversa (TV, radio, prensa, eventos, etc.). Promociones en puntos de venta. Portales web para promoción exterior, redes sociales. Misiones inversas. Oficinas de información. Gabinete de prensa. Presentaciones de producto.
b) Participación en manifestaciones, ferias y exposiciones de importancia internacional.	Ferias y exposiciones internacionales, etc., Sectoriales o generales, profesionales y de consumidores.
c) Campañas de información , en particular sobre los sistemas de la Unión Europea de denominaciones de origen, indicaciones geográficas y producción ecológicas.	Encuentros empresariales, profesionales, líderes de opinión y consumidores. Jornadas, seminarios, catas, degustaciones, etc.
d) Estudios de nuevos mercados , necesarios para la búsqueda de nuevas salidas comerciales.	Estudios e informes de mercado.
e) Evaluación de los resultados de las medidas de promoción e información.	Estudios de evaluación de resultados de las medidas de promoción.

Gastos claramente definidos asociados a cada actividad



PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países (Procedimiento)



PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países (Procedimiento)

Priorización de programas

Puntuación fc (criterios priorización)
Mínimo 25 puntos – Máximo 100 puntos

Programa [45 puntos]		Criterio CLM [10 puntos]		Solicitante [45 puntos]	
Nuevo 3er país*	20	Criterio CLM [10 puntos]	Pyme, figuras de calidad, producción eco	Nuevo solicitante	20
Tipo país prioritario	10			Tipo solicitante	7
Grupo 1	10			EAP/EAPIR +ent. base	7
Grupo 2 ó [1+2]	5			Coop. y otras ent. asoci.	7
Grupo 3 ó [1+2+3]	2,5			Órg. Gestión IGP/DOP	6
Alcance/cobertura	15	OP vv reconocidas	5		
Nº actividades	7,5	Asociaciones prod.	3		
Nº grupo destinatario	7,5	Compromiso MA	3		
		Inst. con cert. EMAS	2		
		Inst. con certif. W climate	1		
		Productores vv*	15		



PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países

- **Subvención máxima 50% del presupuesto subvencionable ejecutado**
- Ayuda a pagar será fc(grado de ejecución del programa):
 - Ejecución ≥ 70 % del presupuesto del programa: subvención 50% del ppto ejecutado.
 - Ejecución **65%** - **69%** del presupuesto del programa: subvención 40% del ppto ejecutado.
 - Ejecución **60%** - **64%** del presupuesto del programa: subvención 30% del ppto ejecutado.
 - Ejecución **55%** - **59%** del presupuesto del programa: subvención 20% del ppto ejecutado.
 - Ejecución **50%** - **54%** del presupuesto del programa: subvención 10% del ppto ejecutado.
 - Ejecución < 50 % del presupuesto del programa: subvención 10% del ppto ejecutado.
- **El gasto será considerado subvencionable siempre que:**
 - Se haya llevado a cabo la actividad promocional subvencionada en la anualidad del programa (01 junio – 31 mayo)



PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países

Gastos NO subvencionables principales:

- Gastos de transporte en taxi o transporte público, cubiertos por las dietas diarias.
- Gastos bancarios, intereses bancarios o primas de las pólizas de seguros. Entre dichos gastos se encuentran, en particular, los gastos de constitución y mantenimiento de los avales bancarios que responden como garantía.
- Pérdidas por cambio de divisas.
- Gastos que estén fuera del objeto del programa
- Creación y registro de marcas.
- Con carácter general, los tributos solo podrán considerarse gastos subvencionables, siempre que el beneficiario los abone efectivamente. En ningún caso se considerarán gastos subvencionables los impuestos indirectos cuando sean susceptibles de recuperación o compensación. Queda, por tanto, excluida la financiación del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) así como el Impuesto General Indirecto Canario (IGIC) en la medida en que sean deducibles.



PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países

Obligaciones de los beneficiarios:

- **Ejecutar** las actuaciones contempladas en la resolución de concesión de la ayuda en **al menos un 50% del ppto total aprobado del programa**, previa aceptación de la resolución de concesión y constitución de una GBE por el 15% de la ayuda concedida.
- Someterse a las **actuaciones de comprobación** necesarias
- Comunicar la realización de misiones inversas
- Comunicarse con la Administración **telemáticamente** (solicitud telemática y notificación electrónica de todos los trámites).
- Utilizar una **cuenta bancaria única** que utilizará exclusivamente para todas las operaciones financieras relativas al programa de promoción



PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países

Requisitos y obligaciones de los beneficiarios:

- R: Demostrar suficiente capacidad técnica, la disposición de recursos financieros y de personal suficientes
- R: Garantizar disponibilidad de productos (ctdad y Q)
- R: cumplir con las obligaciones tributarias, con la SS y deudas x reintegros

- O: **Ejecutar** las actuaciones contempladas en la resolución de concesión de la ayuda en **al menos un 50% del ppto total aprobado del programa**, previa aceptación de la resolución de concesión y constitución de una GBE por el 15% de la ayuda concedida.
- O: Someterse a las actuaciones de comprobación
- O: Comunicar la realización de **misiones inversas**
- O: Autorizar a la Administración a la **notificación electrónica** de todos los trámites
- O: Utilizar una **cuenta bancaria única** que utilizará exclusivamente para todas las operaciones financieras



PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países

Modificaciones de programas:

Es posible modificar un programa aprobado antes de la finalización de su ejecución, con las siguientes condiciones:

- Mantener los objetivos del programa aprobado
- No aumentar el presupuesto del programa aprobado
- Seguir cumpliendo los requisitos de admisibilidad
- No descender la puntuación del programa aprobado
- Justificar la coherencia de la modificación
- Cumplir los plazos de solicitud de modificación establecidos
- Obtener la autorización de las autoridades competentes



PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países

- Se permitirán, sin autorización, **pequeñas modificaciones** dentro del importe del presupuesto aprobado en la última resolución vigente, siempre y cuando se cumplan los requisitos anteriores.
- Se entenderán por pequeñas modificaciones:
 - Las **transferencias financieras** entre las acciones de un programa hasta un **máximo del 20%** del importe autorizado para cada acción, siempre que no se supere el importe total de la ayuda autorizada para el programa.
 - Las **modificaciones a la baja** del presupuesto de un programa **dentro del límite del 20%** siempre que sean debidas **exclusivamente a ahorros presupuestarios y se ejecuten todas las acciones**, siendo admisibles incluso si dichas modificaciones suponen una disminución de la puntuación del programa.
- Las pequeñas modificaciones serán comunicadas en el plazo que se determine en la normativa.



PASVE 2019-2023: Promoción en mercados de 3º países

Pagos:

1. Pagos referidos a las acciones realizadas y pagadas

- **Pago único**(finalizará el día **1 de julio**)
- **Pagos intermedios** antes de que concluya el mes siguiente a aquel en el que expire cada periodo de 4 meses, **a partir del 1 de junio**

2. Pagos anticipados

Se podrán solicitar en cualquier momento, previa constitución de una garantía por el **100%** del anticipo.

Los pagos intermedios y el anticipado no podrán superar el 80 % del importe de la subvención comunitaria anual.

IMPORTANCIA de la JUSTIFICACIÓN Y EVIDENCIA de las actuaciones promocionales realizadas.



DATOS PROMOCIÓN EN CLM

	Presupuesto aprobado	Subvención máxima concedida	Ayuda pagada	ayuda concedida/pagada
2013/2014	12.601.515,28	6.300.757,64	2.844.513,55	45,15%
2014/2015	8.296.380,15	4.148.190,05	2.409.559,44	58,09%
2015/2016	7.259.232,05	3.629.615,81	2.070.424,12	57,04%
2016/2017	7.664.817,85	3.420.041,36	2.293.159,77	67,05%
2017/2018	7.174.886,27	3.139.558,07		
TOTALES		17.498.604,86	9.617.656,88	54,96%

2013/2014 (PAGADO)		2014/2015 (PAGADO)		2015/2016 (PAGADO)	
Actividad	Ayuda pagada	Actividad	Ayuda pagada	Actividad	Ayuda pagada
1.1 Misiones Comerciales	865.363,39	1.1 Misiones Comerciales	803.130,60	1.1 Misiones Comerciales	826.237,98
1.8 Presentaciones De Producto	670.346,54	2.1 Ferias/Exposiciones...	477.054,49	2.1 Ferias/Exposiciones...	453.423,99
2.1 Ferias/Exposiciones...	474.990,60	1.8 Presentaciones De Producto	403.856,98	1.8 Presentaciones De Producto	306.211,26
País	Ayuda pagada	País	Ayuda pagada	País	Ayuda pagada
CHINA	894.135,34	CHINA	710.984,67	CHINA	810.360,40
ESTADOS UNIDOS	862.414,96	ESTADOS UNIDOS	654.306,30	ESTADOS UNIDOS	605.241,11
RUSIA	261.198,89	RUSIA	288.440,55	JAPÓN	126.157,38
País	Nº de expedientes en los que figura el país	País	Nº de expedientes en los que figura el país	País	Nº de expedientes en los que figura el país
ESTADOS UNIDOS	48	ESTADOS UNIDOS	59	ESTADOS UNIDOS	52
CHINA	43	CHINA	51	CHINA	52
JAPÓN	32	JAPÓN	37	JAPÓN	33

Muchas gracias por su atención



Controles

1. CONTROLES ADMINISTRATIVOS.

1.1. Controles sobre las solicitudes de ayuda.

1.2. Controles sobre la aceptación de la resolución y garantía de buena ejecución, así como de la liberación /ejecución de la misma.

1.3. Controles sobre la solicitud de pago

2. CONTROLES SOBRE EL TERRENO

2.1. Control Misión Inversa.

2.2. Control en las instalaciones del beneficiario. (**Control contable**)

- **Las facturas comerciales y los justificantes de pago efectivo originales seleccionados.**
- **Los libros de contabilidad del beneficiario** (Se comprobarán los asientos contables de las facturas en los libros de contabilidad):
 - Libro Diario: recoge por orden cronológico todas las operaciones que se van produciendo en una empresa.
 - Libro Mayor: recoge todos los apuntes que afectan a una cuenta concreta
 - Libro Inventario: El inventario es una relación detallada y valorada de los distintos elementos que componen el patrimonio de una empresa
 - Cuentas anuales: compuesto por balances, cuenta de pérdidas y ganancias y memoria.
- **Los movimientos de la cuenta bancaria del beneficiario.**

Tramitación de solicitudes de ayuda (1)

1. PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES: El plazo de presentación de solicitudes: finaliza el **14 de febrero** de cada año.

2. DOCUMENTACIÓN

2.1 Anexos **IIIA- IIIB, IIIC y IIID**

2.2 Documentación acreditativa de la **identidad del solicitante**

2.3 Documentación necesaria para acreditar la **capacidad financiera**

a) Personas jurídicas:

- **Cuentas anuales** (balance, cuenta de pérdidas y ganancias y memoria) de los tres últimos ejercicios, informe de auditoría e informe de gestión, en su caso, y las 3 últimas declaraciones del Impuesto de Sociedades presentadas ante la Hacienda Pública
- **Cuentas anuales consolidadas**, en el caso de que la empresa forme parte de un grupo, de acuerdo con la legislación mercantil, deberá aportar, además de la documentación anterior, las correspondientes los tres últimos ejercicios mencionados.
- **Certificado de vida laboral actualizado** en el que figure el número de empleados correspondiente al último año relativo a la Cuenta de Cotización del interesado y de todas las empresas que estén vinculadas o asociadas

b) Personas físicas:

- Fotocopia de las tres últimas declaraciones **del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas**
- Para los tres ejercicios a que hacen referencia las mencionadas declaraciones, las **cifras de compras y ventas** de su actividad industrial o comercial, así como, en caso de que existieran, las de los gastos financieros y de persona

Tramitación de solicitudes de ayuda (2)

2.4 Documentación necesaria para acreditar la **condición de PYME** (Recomendación 2003/361/CE de la Comisión, de 6 de mayo de 2003, sobre definición de microempresas y pequeñas y medianas empresas).

2.5 En aquellos casos en que el beneficiario sea **empresa vinícola** y no presente declaración de producción establecida en el artículo 5 del Real Decreto 1303/2009, de 31 de julio, sobre declaraciones obligatorias en el sector vinícola, deberá aportar la siguiente documentación:

- a) Contrato firmado entre el beneficiario y un productor que elabore el vino en su nombre tal como se define en el artículo 56.1 c) del Reglamento(CE) 607/2009, de la Comisión, de 14 de julio de 2009, por el que se establecen determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n o 479/2008 del Consejo en lo que atañe a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas, a los términos tradicionales, al etiquetado y a la presentación de determinados productos vitivinícolas y facturas justificativas de dicha elaboración.
- b) Otra documentación que justifique tal condición

2.6 En el caso de que un beneficiario haya realizado sus acciones de promoción en un tercer país durante tres años deberá presentar un **informe de los resultados de los dos primeros años** de ejecución

Pago de las acciones ejecutadas

Gasto subvencionable: aquel que corresponda inequívocamente a la **naturaleza de la actividad subvencionada** y se realicen a lo largo de la **anualidad** correspondiente.

Gasto realizado: Se entenderá que el gasto se ha realizado cuando se ha **llevado a cabo** la actuación promocional subvencionada que origina el gasto y éste haya sido **efectivamente pagado** por el beneficiario a través de la cuenta única con **anterioridad a la presentación de la solicitud de pago**

Todas las acciones se pagarán a través de una cuenta única dedicada en exclusiva a las operaciones financieras que requiera la gestión de las acciones o programas aprobados.

Excepción a la obligatoriedad de los pagos a través de la cuenta única:

- **Gastos de manutención**: cuando se soliciten a tanto alzado.
- **Costes indirectos del beneficiario**: siempre y cuando se haya reservado una partida específica para estos gastos en el presupuesto recapitulativo del programa aprobado.
- **Gastos de la Seguridad Social**: cuando la normativa reguladora de dichos gastos no permita hacer dichos abonos a través de la cuenta única del programa aprobado.
- **Vino empleado como material promocional**.
- **Pagos por compensación**, con otras facturas emitidas por el beneficiario al ejecutor de dichas acciones.

PROGRAMA DE APOYO

CUADRO FINANCIERO

Medida	Ejercicio financiero .000 €					
	2014	2015	2016	2017	2018	Total
1- Régimen de Pago Único y apoyo a los viticultores	142.749					
2- Promoción en los Mercados de terceros países	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	250.000
3-(i) Reestructuración y reconversión de viñedo	120.019	72.532	72.532	72.532	72.532	410.147
3-(ii) Replantación de viñedos por motivos sanitarios o fitosanitarios			0	0	0	0
4- Cosecha en verde		0	0	0	0	0
5- Mutualidades						
6- Seguro de cosecha						
7- Inversiones	8.513	56.000	55.000	55.000	55.000	229.513
8.-Innovación			1.000	1.000	1.000	3.000
9- Destilación de subproductos	31.800	31.800	31.800	31.800	31.800	159.000
TOTAL PROGRAMA DE APOYO	353.081	210.332	210.332	210.332	210.332	1.194.409

Tipos de gastos elegibles más frecuentes (1)

- a) **Relaciones públicas y medidas de promoción y publicidad que destaquen en particular las ventajas de los productos comunitarios en términos de calidad, seguridad alimentaria y respeto al medio ambiente:**
1. **Misiones comerciales directas:** los gastos de consultoría externa, los gastos de asistencia técnica para la preparación de agendas de entrevistas y gastos de servicios de interpretación.
 2. **Campañas publicitarias de naturaleza diversa** (TV, radio, prensa, etc.): los gastos de las acciones publicitarias en los diversos medios de comunicación, como inserción de anuncios en prensa, publicidad o agencia de relaciones públicas, anuncios o spots de radio o TV, anuncios, información en Internet, plataformas sociales de Internet, creación de sitios web, avisos sobre un acontecimiento (prensa, TV, radio, Internet...)
 3. **Promociones en puntos de venta:** material informativo de la campaña de promoción, muestras promocionales
 4. **Presentaciones de producto:** material informativo , muestras promocionales

En relación con los apartados 1, 3 y 4, se entenderá que son gastos subvencionables:

- los gastos de viaje, alojamiento y manutención
- el alquiler de espacios para exposiciones y encuentros
- transporte de mercancías para la realización de la actividad
- los gastos de consultoría externa especializada en el mercado objetivo
- el personal contratado específicamente para la actividad promocional.
- la contratación de traductores para la elaboración del material publicitario y para el evento

Tipos de gastos elegibles más frecuentes (2)

5. **Portales Web para promoción exterior.** Sólo serán subvencionables en el idioma oficial del país

6. **Gabinete de prensa.**

Un gabinete de prensa es un organismo encargado por una empresa para gestionar todas las solicitudes de información de los medios de comunicación, así como de realizar relaciones proactivas con éstos con el objetivo de difundir determinados mensajes.

Podrían imputarse los gastos derivados del personal encargado, material empleado, etc

7. **Oficinas de información.**

- Oficina para facilitar información sobre su producto en el marco del programa de promoción.
- Dicha actividad **no puede amparar actividades de venta y comercialización de vino.**
- Debe aparecer claramente separada la actividad promocional de la comercial

Podrían ser imputables a la OCM aquellos gastos derivados de su funcionamiento entre los que estaría incluido el alquiler.

No son imputables los gastos derivados de la creación y puesta en marcha de la oficina (decoración, maquinaria, inmuebles).

8. **Misiones comerciales inversas:** los gastos de viaje, alojamiento y manutención, el alquiler de espacios para exposiciones y encuentros, los gastos de consultoría externa especializada en el mercado objetivo, los gastos de asistencia técnica para la preparación de agendas de entrevistas y gastos de servicios de interpretación. Asimismo serán subvencionables las comidas y eventos, elaboración y distribución de material publicitario y divulgativo (cuadernillos, folletos, carteles, catálogos), el personal externo contratado específicamente para la actividad promocional, la contratación de traductores para la elaboración del material publicitario y para el evento.

Tipos de gastos elegibles más frecuentes (3)

b) Participación en manifestaciones, ferias y exposiciones de importancia internacional:

Los gastos de alquiler de suelo, de locales, de maquinaria, de equipos, de vehículos y servicios necesarios para el desarrollo de las mismas, entre ellos los gastos de diseño, montaje y desmontaje de stands, elaboración de muestras y objetos publicitarios

Manutención, alojamiento y los gastos de viaje.

c) Campañas de información, en particular sobre los sistemas comunitarios de denominación de origen, indicaciones geográficas y producción ecológica de vino.

La elaboración y distribución de material publicitario y divulgativo (cuadernillos, folletos, carteles, catálogos, notas informativas, traductores). Los gastos de organización de acciones informativas, de viaje, alojamiento y manutención y demás gastos incluidos en el apartado a), relacionados con esta actuación.

d) Estudios de nuevos mercados. Estudios técnicos y de mercado

e) Evaluación de los resultados de las medidas de promoción e información: Estudios de evaluación de resultados o auditorías de ejecución de las medidas y gastos

Con carácter general, los tributos podrán considerarse gastos subvencionables, siempre que el beneficiario los abone efectivamente, con la excepción contemplada en el anexo IX de gastos no elegibles.

Costes de personal de la empresa. Dedicado en exclusiva y no dedicado en exclusiva a las actividades de promoción. Estos costes no podrán superar el **13%** de los costes del programa aprobado para cada país

Vino a emplear como material promocional (caso de catas, misiones inversas y demás actividades)

Gastos generales del beneficiario hasta un límite de un **4 %** de los costes efectivos de ejecución de las actividades promocionales