



CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL

ORDEN de 18 de marzo de 2011 por la que se establece la convocatoria de ayudas destinadas a los programas de promoción del vino, productos de calidad de Extremadura, en mercados de terceros países para la aplicación de las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola español. (2011050073)

El Reglamento (CE) 479/2008, del Consejo, de 29 de abril, por el que se establece la organización común del mercado vitivinícola, y el Reglamento (CE) 555/2008, de la Comisión de 27 de junio, que fija las disposiciones por el que se establecen normas de desarrollo del Reglamento (CE) 479/2008, regulan el sector vitivinícola y en concreto permiten la aplicación de medidas de apoyo al sector, entre las que se encuentra la promoción en mercados de terceros países. Debido a las actualizaciones de los reglamentos citados es el Reglamento 491/2009 del Consejo de 25 de mayo, que modifica el Reglamento CE 1234/2007 en el que se crea una organización común de mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas (Reglamento único para las OCM), y por el que queda derogado el Reglamento (CE) 479/2008 del Consejo, de 29 de abril (manteniéndose la aplicabilidad del artículo 128.3 a las medidas y en las condiciones que en él se determinan).

El Reglamento (UE) n.º 772/2010 de la Comisión, de 1 de septiembre de 2010, que modifica el Reglamento (CE) n.º 555/2008, por el que se establecen normas de desarrollo del Reglamento (CE) n.º 479/2008 del Consejo, por el que se establece la organización común del mercado vitivinícola, en lo relativo a los programas de apoyo, el comercio con terceros países, el potencial productivo y los controles en el sector vitivinícola, da la posibilidad de prorrogar en dos años como máximo la duración de un programa de promoción por beneficiario y país, estableciendo la obligación de los Estados miembros de regular un procedimiento para la concesión de dichas prórrogas.

El Real Decreto 244/2009, de 27 de febrero, para la aplicación de las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola español, modificado por Real Decreto 168/2010, de 19 de febrero, recoge el conjunto de disposiciones que desarrollan el programa de apoyo del sector vitivinícola para la aplicación del nuevo marco normativo en nuestro país con objeto de contribuir a la mejora de la competitividad del sector vitivinícola español.

La medida de promoción en mercados de terceros países, persigue fomentar el conocimiento de las características y cualidades de los vinos españoles, con el fin de contribuir a la mejora de su posición competitiva y a la consolidación o, en su caso, a la apertura de nuevos mercados, en terceros países.

Con la finalidad de continuar fomentando la mejora de la competitividad del sector del vino extremeño, la información sobre estos productos en materia de calidad, seguridad alimentaria y respeto al medio ambiente, así como su comercialización, la presente orden establece la convocatoria de ayudas destinadas a los Programas de promoción del vino, productos de calidad de Extremadura, en mercados de terceros países para la aplicación de las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola español, y en virtud de las competencias cuyo ejercicio se encomienda a esta Consejería,

**DISPONGO :****Artículo 1. Objeto.**

La presente orden tiene por objeto establecer la convocatoria periódica de ayudas, en régimen de concurrencia competitiva nacional y destinadas a los programas de promoción del vino, en mercados de terceros países del sector vitivinícola de la Comunidad Autónoma de Extremadura de acuerdo con el Real Decreto 244/2009, de 27 de febrero, para la aplicación de las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola español (BOE de 28/02/2009). La definición de programa es la establecida en el artículo 2 del Real Decreto 244/2009, de 27 de febrero.

En virtud del Reglamento UE 772/2010 de la Comisión de 1 de septiembre de 2010, los programas podrán tener una duración máxima de tres años por beneficiario y país. No obstante, podrán ser prorrogados una vez por un periodo no superior a dos años.

Artículo 2. Beneficiarios.

1. Podrán presentar solicitudes para acogerse a la financiación de las medidas de promoción en terceros países:
 - a) Empresas vinícolas.
 - b) Organizaciones de productores y organizaciones interprofesionales definidas en el Capítulo VII del Título III del Reglamento (CE) n.º 479/2008 del Consejo, de 29 de abril, y en el Título II, Capítulo II, Sección I del Reglamento CE 491/2009 por el que se deroga el Reglamento (CE) n.º 479/2008.
 - c) Órganos de gestión y de representación de las indicaciones geográficas vitivinícolas.
 - d) Asociaciones de exportadores y consorcios de exportación.
 - e) Entidades asociativas sin ánimo de lucro participadas por empresas vitivinícolas que tengan entre sus fines la promoción exterior de los vinos.
2. Los beneficiarios deberán demostrar suficiente capacidad para afrontar las exigencias de comercio con los terceros países y medios para asegurar que la medida se implementa lo más efectivamente posible. Deberán asimismo garantizar la disponibilidad, en cantidad y calidad, de productos para asegurar la respuesta frente a las demandas que se puedan generar como efecto de la promoción realizada.

Artículo 3. Productos y países que pueden ser objeto de acciones.

Podrán ser objeto de las medidas de promoción los productos de calidad, destinados al consumo directo, detallados en el Anexo I de esta orden, que cuenten con posibilidades de exportación o de nuevas salidas comerciales en terceros países y que pertenezcan a alguna de las siguientes categorías:

- a) Vinos con denominación de origen protegida.



- b) Vinos con indicación geográfica protegida.
- c) Vinos en los que se indique la variedad de uva de vinificación.

Artículo 4. Características de las acciones y programas.

1. Las acciones y programas estarán claramente definidos especificando, el país o países a los que se dirigen, los tipos de vinos que incluyen, las medidas que se pretenden llevar a cabo y los costes estimados de cada una de ellas. Se relacionan en el Anexo II de esta orden las acciones y actividades que se pueden incluir.
2. Las acciones se distribuirán en periodos de 12 meses que comenzarán el 1 de agosto de 2011, fecha susceptible de modificar por norma aplicable de rango superior a esta orden.
3. Los mensajes se basarán en las cualidades intrínsecas del producto y deberán ajustarse a la normativa aplicable en los terceros países a los que van destinados.
4. En el caso de los vinos que cuenten con una indicación geográfica, deberá especificarse el origen del producto como parte de la campaña de información y promoción.
5. Sin perjuicio de lo dispuesto en los apartados 3 y 4 las referencias a las marcas, en su caso, podrán formar parte del mensaje.

Artículo 5. Programas subvencionables.

Serán subvencionables en virtud de esta orden, las acciones de los programas que una vez concluida la tramitación de las solicitudes establecida en el Real Decreto 244/2009, y en virtud de la propuesta de la Comisión Nacional de Selección de Programas, hayan sido aprobadas por la Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo Rural y se realicen en el periodo de 12 meses que comenzarán a computarse el 1 de agosto de 2011. Dichas acciones podrán estar integradas en los programas plurianuales de una duración máxima de tres años por beneficiario y país. No obstante, podrán ser prorrogados una vez por un periodo no superior a dos años.

Artículo 6. Presentación de solicitudes.

Los interesados que reuniendo las condiciones previstas en el artículo 2 de esta orden, tengan el domicilio fiscal de su empresa u organización, en territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura, presentarán su solicitud conforme al Anexo III, junto a sus propuestas de acciones y programas de promoción en mercados de terceros países y la documentación correspondiente a los mismos, que deberá contener al menos la información prevista en el formulario del Anexo IV, y la establecida en el punto 2 del artículo 8 del Real Decreto 244/2009, en el plazo comprendido entre el día siguiente a la publicación de esta orden en el Diario Oficial de Extremadura y el 31 de marzo de 2011.

Se dirigirán a la Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural de la Junta de Extremadura, Dirección General de Explotaciones Agrarias y Calidad Alimentaria, avda. de Portugal, s/n., 06800 en Mérida, y se presentan a través de cualquiera de los lugares previstos en el artículo 7 del Decreto 257/2009, de 18 de diciembre, por el que se implanta un Sistema



de Registro Único y se regulan las funciones administrativas del mismo en el ámbito de la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

En caso de prórroga de un programa, de acuerdo con lo establecido en el artículo 5 de esta Orden, y en el Reglamento 772/2010 será de aplicación lo dispuesto por la norma de ámbito nacional que establezca el procedimiento a seguir.

Los solicitantes de los programas aprobados en virtud de convocatorias anteriores que contemplen acciones a desarrollar en el periodo de 12 meses que comenzarán el 1 de agosto de 2011, deberán presentar solicitud de renovación conforme al Anexo III. En los casos en que se planteen modificaciones con respecto al programa aprobado deberán cumplimentar además el Anexo IV de esta orden.

Artículo 7. Procedimiento.

1. La Dirección General de Explotaciones Agrarias y Calidad Alimentaria de la Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural elaborará una lista provisional con los programas seleccionados priorizados de acuerdo con los criterios establecidos en el Anexo IV del Real Decreto 244/2009, de 27 de febrero, y en el Anexo V de esta orden de convocatoria y la remitirá, antes del 1 de mayo de 2011, en unión de todas las actuaciones del expediente, al Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino, todo ello de conformidad con lo establecido en el artículo 9 del citado Real Decreto, al objeto de que se continúe el procedimiento para la determinación definitiva de las acciones y programas seleccionados y las condiciones establecidas para los mismos, por los cauces que establezca la normativa nacional aplicable al respecto.

En caso de empate, se dará prioridad a los programas presentados por microempresas y pequeñas y medianas empresas, y a las marcas comerciales colectivas.

2. Tal y como se establece en el artículo 10 de la norma reguladora Real Decreto 244/2009, de 27 de febrero, en el seno de la Mesa de Promoción Alimentaria, aprobada en la Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo Rural de 19 de febrero de 2007, e integrada por representantes del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino y las Comunidades Autónomas, se constituirá una Comisión Nacional de Selección de Programas, que estará presidida por el Director General de Industrias y Mercados Alimentarios, y de la que formarán parte cuatro representantes del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino designados por la Secretaría General de Medio Rural y un representante por cada una de las Comunidades Autónomas que deseen integrarse.

Actuará como secretario, con voz y voto, un funcionario de la Subdirección General de Promoción Alimentaria, designado por el presidente.

Dicha Comisión será la responsable de elaborar la lista definitiva de las acciones y programas a proponer a la Conferencia Sectorial para su aprobación.

Una vez aprobada por la Conferencia Sectorial la lista definitiva de las acciones y programas seleccionados la Dirección General de Explotaciones Agrarias y Calidad Alimentaria a propuesta del Servicio de Calidad Agropecuaria y Alimentaria dictará y notificará en el plazo de seis meses contados a partir de la fecha de publicación de la orden de convocatoria de



ayudas, la resolución del procedimiento. De acuerdo con lo establecido en el artículo 59 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, la notificación se practicará por cualquier medio que permita tener constancia de la recepción por el interesado así como de la fecha, la identidad y el contenido de la resolución notificada.

En el caso de resolución positiva se fijará expresamente el importe máximo de la ayuda, determinará las condiciones, obligaciones y plazos a los que queda sujeto el beneficiario. Los beneficiarios comunicarán a la Dirección General de Explotaciones Agrarias y Calidad Alimentaria la aceptación de la resolución así como la justificación de la constitución de una garantía, de acuerdo con el artículo 11.2 del Real Decreto 244/2009, de 27 de febrero. Del mismo modo que serán de aplicación los puntos 3 y 4 del mismo artículo citado anteriormente.

Se podrán modificar las acciones y programas de conformidad con lo establecido en el artículo 12 del Real Decreto 244/2009.

Artículo 8. Financiación.

La financiación de estas ayudas será conforme a lo establecido en el artículo 13 del Real Decreto 244/2009.

Las ayudas a que se refiere la presente convocatoria se imputarán a la aplicación presupuestaria 12.02.341A47000, código de proyecto 200912002003000, dotado con una cuantía inicial de 911.343,53 €, distribuida en las siguientes anualidades:

Anualidad 2011: 101.365,53 €.

Anualidad 2012: 809.978,00 €.

Estos importes se podrán incrementar en las futuras asignaciones del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino a esta Comunidad Autónoma para la financiación de estas ayudas.

Los programas que se presenten, y que reúnan los requisitos establecidos en el Real Decreto 244/2009, de 27 de febrero, no supondrán ningún compromiso de gasto futuro por parte de la Administración Autonómica y, en su caso, dicho compromiso vendrá derivado del que corresponda para las ayudas a los programas aprobados por la Conferencia Sectorial y con la dotación presupuestaria asignada en el ejercicio FEAGA 2012.

Artículo 9. Anticipos y pago de la ayuda.

Según dispone el artículo 14 del Real Decreto 244/2009, los beneficiarios podrán presentar solicitud de anticipo que podrá llegar al 80% del importe de la contribución comunitaria anual, que presentará ante la Dirección General de Explotaciones Agrarias y Calidad Alimentaria de esta Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural, supeditándose el pago del mismo, a la constitución de una garantía a favor del órgano competente, por un importe igual al 110% de dicho anticipo.

Los pagos de la ayuda y liberación de las garantías se realizarán conforme establecen los artículos 15 y 16 del Real Decreto 244/2009.

***Artículo 10. Controles.***

Se llevarán a cabo los controles, en la forma y número, establecidos en el artículo 17 y se comprobará la conformidad del material de información y promoción elaborado, tal y como regula el artículo 18 del Real Decreto 244/2009, de 27 de febrero.

Disposición final primera. Autorización.

Se faculta a la Dirección General de Explotaciones Agrarias y Calidad Alimentaria a adoptar las medidas necesarias en el ámbito de sus competencias para el cumplimiento de lo dispuesto en la presente orden.

Disposición final segunda. Complementariedad.

Con independencia de lo dispuesto en esta orden, las medidas relativas al apoyo de promoción en mercados de terceros países se complementarán con lo dispuesto en el Programa de apoyo al sector vitivinícola español presentado a la Comisión Europea y la normativa nacional al respecto.

Disposición final tercera. Entrada en vigor.

La presente orden entrará en vigor el mismo día de su publicación en el Diario Oficial de Extremadura.

Contra la presente orden, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse, potestativamente, recurso de reposición ante el/la Consejero/a de Agricultura y Desarrollo Rural, en el plazo de un mes contado a partir del día siguiente a aquél en que tenga lugar su publicación en el Diario Oficial de Extremadura, tal y como disponen los artículos 116 y 117 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su redacción dada por la Ley 4/1999, de 13 de enero, o bien podrá interponer directamente, en el plazo de dos meses, contado desde el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de Extremadura, recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Extremadura, todo ello, sin perjuicio de que el interesado pueda ejercitar cualquier otro recurso que estime procedente.

Mérida, a 18 de marzo de 2011.

El Consejero de Agricultura y Desarrollo Rural,
JUAN MARÍA VÁZQUEZ GARCÍA

**ANEXO I**

LISTA DE PRODUCTOS

Los productos mencionados en el artículo 3 son los siguientes:

1. Vino.
2. Vino de licor.
3. Vino espumoso.
4. Vino espumoso de calidad.
5. Vino espumoso aromático de calidad.
6. Vino de aguja.
7. Vino de aguja gasificado.
8. Vino de uvas pasificadas.
9. Vino de uvas sobremaduradas.
10. Vinos procedentes de la producción ecológica.

ANEXO II

ACCIONES Y ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

Acciones	Actividades
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	Misiones comerciales
	Campañas publicitarias de naturaleza diversa (TV, radio, prensa, eventos, etc.)
	Promociones en puntos de venta
	Portales web para promoción exterior
	Misiones inversas
	Oficinas de información
	Gabinete de prensa
	Presentaciones de producto
Participación en manifestaciones, ferias y exposiciones de importancia internacional	Ferias y exposiciones internacionales, etc., sectoriales o generales, profesionales y de consumidores
Campañas de información , en particular sobre los sistemas comunitarios de denominaciones de origen, indicaciones geográficas y producción ecológicas	Encuentros empresariales, profesionales, líderes de opinión y consumidores
	Jornadas, seminarios, catas, degustaciones, etc.
Estudios de nuevos mercados , necesarios para la búsqueda de nuevas salidas comerciales	Estudios e informes de mercado
Evaluación de los resultados de las medidas de promoción e información	Estudios de evaluación de resultados de las medidas de promoción
	Auditorías de ejecución de medidas y gastos de las acciones



ANEXO III

SOLICITUD DE AYUDAS PARA LOS PROGRAMAS DE PROMOCIÓN DEL VINO EN MERCADOS DE TERCEROS PAÍSES DE PRODUCTOS DE CALIDAD DE EXTREMADURA.

D/Dña..... con DNI.....
como representante de con CIF.....y domicilio en la calle.....nº.....C.P.....,
localidad....., provincia.....teléfono.....

SOLICITA

- Le sea concedida la ayuda para el desarrollo en mercados de terceros países de las acciones y programas que tras ser aprobados por la Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo Rural, se realicen en el periodo comprendido de 12 meses que comenzarán a computarse el 1 de agosto 2011.
- Le sea concedida la ayuda para el desarrollo en mercados de terceros países de las acciones, que formando parte de un programa plurianual presentado en convocatorias anteriores, y habiendo sido aprobados por la Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo Rural, se realicen en el periodo de 12 meses que comenzarán a computarse el 1 de agosto 2011, autorizando a que de oficio se incorpore a la solicitud el formulario IV y documentos presentados en convocatorias anteriores.
- Le sea concedida la ayuda para el desarrollo en mercados de terceros países de las acciones, que formando parte de un programa plurianual presentado en convocatorias anteriores, y habiendo sido aprobados por la Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo Rural, han sido modificados y que van a ser realizadas en el periodo de 12 meses que comenzarán a computarse el 1 de agosto 2011.

De acuerdo con lo establecido en la Orden.....2011, por la que se establece la convocatoria de ayudas destinadas a los Programas de promoción del vino, productos de calidad de Extremadura, en mercados de terceros países para la aplicación de las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola español.

En..... a.....de.....de 2011

Fdo:

**Ilma. Sra. Directora General de Explotaciones Agrarias y Calidad Alimentaria.
Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural
Avda. Portugal s/n, 06800 Mérida.**

**ANEXO IV****Formulario**

1.	DENOMINACIÓN
2.	ORGANIZACIÓN O EMPRESA PROPONENTE
2.1	Presentación <i>Nombre, dirección, dirección de correo electrónico, teléfono, fax, persona de contacto responsable de la coordinación del programa.</i>
2.2	Características de la organización o empresa proponentes. <i>Representatividad, importancia en el sector.</i>
2.3	Acreditación de la capacidad financiera y experiencia.
3.	DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN O PROGRAMA
3.1	Descripción <i>Nombre, dirección, dirección de correo electrónico, teléfono, fax y persona de contacto. Si se han seleccionado varios organismos de ejecución, indíquense las actuaciones que aplicarán cada uno de ellos.</i>
3.2	Justificación de la competencia técnica y de la capacidad para ejecutar el programa <i>Especificación de las competencias técnicas (personal y medios) y financieras.</i>
4.	IDENTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN O PROGRAMA
4.1	Producto
4.2	Tipo de programa: información/promoción/mixto
4.3	Mercado(s) destinatario(s)
4.4	Duración <i>12-24-36 meses</i>
4.5	¿Se trata de la continuación de un programa anterior por la misma organización proponente?
5.	DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN O PROGRAMA
5.1	Acciones Descripción de cada actividad Justificación del presupuesto previsto para cada actividad
5.2	Presupuesto Cuadro recapitulativo por país destinatario, actividad y año. La presentación del presupuesto debe atenerse a la misma estructura y al mismo orden que la descripción de las actividades. Véase modelo adjunto
6.	REPERCUSIÓN PREVISIBLE <i>Especifíquese y cuantifíquese la repercusión previsible en términos de resultados. Especifíquese cómo se medirán los resultados o repercusiones.</i>
7.	INTERÉS NACIONAL Y DIMENSIÓN EUROPEA DEL PROGRAMA
8.	PLAN DE FINANCIACIÓN <i>Véase el cuadro modelo adjunto.</i>
9.	OTROS DATOS PERTINENTES

**ANEXOS OBLIGATORIOS**

Anexo I. Compromiso de la organización o empresa proponentes de garantizar su financiación para toda la duración del programa.

Anexo II. Declaración de la organización o empresa proponentes de que el programa no recibe ninguna otra ayuda económica de la UE.

Anexo III. Ficha de identificación del programa (adjunta al presente formulario).

FICHA**I. IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA:**

Comunidad Autónoma:

Nº y Título del programa o acción:

Organización o empresa proponente:

Responsable de la ejecución de las acciones

Tipo de medida: información/promoción/mixta

Producto(s):

Mercado(s) destinatario(s):

Duración:

Presupuesto total:

Propuesta recibida el:

II. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN O PROGRAMA:

Objetivo(s):

1.

2.

...

Estrategia: (máximo media página)

Destinatarios:

1.

2.

...

Aspectos cubiertos:

- seguridad alimentaria
- calidad
- métodos de producción específica
- etiquetado
- respeto del medio ambiente
- imagen de los productos comunitarios
- indicaciones geográficas o indicaciones tradicionales reservadas a los vinos o a las bebidas espirituosas
- productos ecológicos
- aspectos culturales

Mensajes que se desea transmitir:

1.

2.

...



Actuaciones por países, incluido su alcance/volumen y calendario previsto:

- 1.
- 2.

...

Repercusión previsible y método(s) de evaluación:

III. PRESUPUESTO

- PRESUPUESTO RECAPITULATIVO: €

ACTUACIÓN	Ejercicio I	Ejercicio II	Ejercicio III	TOTAL
1.				
2.				
3.				
TOTAL				

- PLAN DE FINANCIACIÓN: €

COFINANCIACIÓN	Ejercicio I	%	Ejercicio II	%	Ejercicio III	%	TOTAL	%
UE		50		50		50		50
PROPONENTE		50		50		50		50
TOTAL		100		100		100		100



ANEXO V
Criterios de evaluación

	Puntuación máxima
1. Interés general del programa:	
a. Repercusión del Programa	5 puntos
b. Representatividad del Proponente	5 puntos
1. Subtotal	10 puntos
2. Calidad y eficacia del programa:	
a. Coherencia entre los objetivos, los mensajes, las acciones y los canales de información	5 puntos
b. Alcance y cobertura de las acciones del programa en términos de duración y grupos destinatarios (impactos previstos)	5 puntos
c. Presentación y Calidad de los mensajes (creatividad) y su adaptación al mercado de destino	5 puntos
d. Relación calidad/precio	5 puntos
e. Método para medir la repercusión	5 puntos
2. Subtotal	25 puntos
3. Solvencia técnica del proponente:	
a. Implantación internacional y experiencia exportadora general	10 puntos
b. Experiencia en programas de promoción exterior	10 puntos
c. Estructura y capacidad técnica para la ejecución del programa	10 puntos
3. Subtotal	30 puntos
4. Capacidad de respuesta comercial:	
a. Disponibilidad de distribución en el mercado de destino	5 puntos
b. Porcentaje de exportación sobre total ventas	10 puntos
c. Amplitud y diversificación de la cartera de productos	10 puntos
4. Subtotal	25 puntos
5. Interés para la Comunidad Autónoma:	
a. Ubicación del establecimiento o instalación industrial del proponente en el territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura.	5 puntos
b. Calidad de los mensajes (en términos de mejora de la imagen de los vinos de Extremadura) en el mercado de destino.	5 puntos
5. Subtotal	10 puntos
Valoración Total General	100 puntos

*Notas a los criterios de valoración propuestos:

1. Interés general del programa: a valorar por las entidades competentes:
 - a. Importancia del programa para la situación del mercado o las necesidades del sector.
 - b. Representatividad del proponente: en función de la importancia de la empresa o el colectivo en la zona vitivinícola a la que representa y, en su caso, en otras zonas.
2. Calidad y eficacia del programa:
 - a. Coherencia técnica y económica entre los objetivos, los mensajes, las acciones y los canales de información.

- b. Alcance y cobertura de las acciones del programa en términos de duración y grupos destinatarios (contactos previstos).
 - c. Presentación y calidad de los mensajes (creatividad) y su adaptación al mercado de destino: se valorará la capacidad estimada del mensaje para conseguir el efecto deseado en el mercado de destino y tomando en consideración el tarjet en destino para el que están previstos.
 - d. Relación calidad/precio: se valorará de 0 a 5 puntos en función de la repercusión estimada por el proponente en términos de impactos o incremento previsible de sus ventas, en relación con el coste de la acción propuesta.
 - e. Método para medir la repercusión.
3. Solvencia del proponente:
- a. Implantación internacional y experiencia exportadora general: se valorara de 0 a 10 los años de experiencia exportadora del proponente, en proporción directa (0 puntos para quien no tenga nada de experiencia exportadora, 5 puntos para quien lleve exportando 5 años y 10 puntos para quien lleve exportando 10 años o más).
 - b. Experiencia en programas de promoción exterior: se valorara de 0 a 10 los años de experiencia en programas de promoción internacional del proponente, tanto con recursos propios como con subvenciones, en proporción directa: 0 puntos para quien no tenga nada de experiencia en promoción exterior, 5 puntos para quien lleve con programas 5 años y 10 puntos para quien lleve 10 años o más.
 - c. Estructura y capacidad técnica para la ejecución del programa: se valorará de 0 a 10 puntos, en función de:
 - i. la existencia o no y, en su caso el tamaño y experiencia del departamento de comercio exterior de la entidad;
 - ii. la existencia o no y en su caso el tamaño y experiencia de departamento de marketing en la entidad proponente;
 - iii. los medios disponibles en el país de destino de la promoción, ya sean propios (recursos y experiencia) como ajenos (experiencia y relación con la agencia contratada).
4. Capacidad de respuesta comercial:
- a. Disponibilidad de distribución en el mercado de destino.
 - b. Porcentaje de exportación sobre total ventas: se valorará en función 1 a 2 de la proporción (5% de exportación = 10% de los puntos = 0,5 puntos; 10 puntos para quien exporte 50% o mas). Para programas colectivos se hallará la media de exportaciones globales sobre total ventas de los integrantes del colectivo y se valorará conforme a lo mencionado anteriormente.
 - c. Amplitud y diversificación de la cartera de productos del proponente: se valorarán dos aspectos complementarios:
 - i. Valoración de volumen para posible respuesta: más puntos a mayor volumen de comercialización.
 - ii. Valoración de diversidad de tipos de vino y zonas geográficas en las que está presente: mayor puntuación a mayor diversidad y abanico de productos (por dar mayor posibilidad de respuesta de comercial).