



Convocatoria de Concurso de selección de agencia de promoción para la ejecución de un Programa Europeo Simple para la Promoción de productos con Características Especiales de la UE 2027-2028-2029

Objeto de la convocatoria

La Unión Europea cofinancia programas de información y promoción de productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países según lo estipulado en el Reglamento (UE) 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo.

En dicha normativa queda establecido el procedimiento, los productos agrícolas objeto de estos programas y los países en los que se pueden desarrollar los mismos.

Para la definición y ejecución de estos programas, el Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen Protegidas "Jerez-Xérès-Sherry", "Manzanilla - Sanlúcar de Barrameda" y "Vinagre de Jerez" busca una agencia especializada de promoción que trabajará en el desarrollo y ejecución de las actividades de promoción. Con este fin, se inicia ahora un proceso de selección, convocando a concurso a aquellas agencias con experiencia en la promoción de productos agroalimentarios y en la ejecución de proyectos europeos que deseen participar.

Anunciante: DENOMINACIÓN DE ORIGEN "Jerez-Xérès-Sherry", "Manzanilla - Sanlúcar de Barrameda" y "Vinagre de Jerez"

País en el que se ejecutará la campaña: Mercado interior España y Países Bajos

Duración de la campaña: 3 años (2027, 2028 y 2029)

Convocatoria UE: Abril 2026

Topic: Programa SIMPLE, IM – Characteristics (Internal Market)

Producto: Vinos de Jerez, Vinagre de Jerez, Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda

Presupuesto: El presupuesto total para el proyecto será de 3.300.000 €, destinado únicamente al organismo de ejecución. Esta cantidad debe incluir el servicio de agencia, estando el IVA NO INCLUIDO. Los paquetes 1 (coordinación del programa), 9 (evaluación de resultados) y 10 (otros costes) están excluidos.

Los presupuestos deberán ser desglosados claramente por las actividades que se van a ejecutar, para así poder comparar los presupuestos de cada organismo de ejecución.

Briefing: el documento con toda la información necesaria sobre el concurso se alojará en las webs del CONSEJO REGULADOR JEREZ-XÉRÈS-SHERRY, MANZANILLA DE SANLÚCAR Y VINAGRES DE JEREZ www.sherry.wine/es, www.manzanilla.org, www.vinagredojerez.org.

Plazos de entrega de la documentación:

Las empresas interesadas en participar deberán enviar la documentación relacionada con la fase 1 (exclusión) hasta el 2 de febrero y fase 2 (selección), hasta el 6 de marzo de 2026.

Cronograma del concurso

FASE DE EXCLUSIÓN	Publicación de la convocatoria del concurso	viernes - 19 de diciembre
	Fecha límite la presentación de credenciales por parte de las agencias	lunes - 19 de enero
	Ampliación de plazo para la presentación de credenciales por parte de las agencias	lunes - 2 de febrero
	Comunicación del resultado de esa primera fase a las agencias participantes en el concurso	lunes - 9 de febrero
FASE DE SELECCIÓN	Fecha límite de presentación de las propuestas	viernes - 6 de marzo
FASE DE ADJUDICACIÓN	Resolución del concurso de adjudicación vía correo electrónico y comunicado definitivo a las agencias participantes	lunes - 16 de marzo

Durante el plazo de 1 mes en el que esté publicada la convocatoria, los organismos de ejecución interesados en el proceso de selección presentarán sus credenciales y documentación justificativa para la valoración de los criterios de exclusión y de selección indicados en la convocatoria.

El Consejo Regulador, como entidad proponente analizará dichas credenciales y documentación justificativa y reflejará su resultado en un documento firmado digitalmente por el responsable de la entidad. El resultado será comunicado a todos los participantes.

Esta fase de exclusión/selección no será puntuable, será excluyente, de tal manera que todos los organismos de ejecución que cumplan estos criterios deben pasar a la siguiente fase. Se especificará en la convocatoria la situación mediante la cual se podrá excluir a un participante.

FASE 1 - Criterios de EXCLUSIÓN:

Los organismos de ejecución participantes deberán aportar la siguiente documentación mínima:

o Certificado que demuestre estar al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y de la Seguridad Social impuestas por la legislación vigente.

o Declaración de no estar incursos en ninguno de los criterios de exclusión del artículo 13.2 y 3 de la Ley 38/2003 de 17 de noviembre, General de Subvenciones, así como no estar en alguno de los criterios de exclusión del artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

o Certificado que demuestre que no mantiene conflicto de intereses con la entidad proponente y entidad socia, en su caso, por razones de interés económico, afinidad política o nacional, vínculos familiares o emocionales o cualquier otro interés compartido. Para ello, utilizarán el modelo establecido por el MAPA y publicado en la página Web.

FASE 2 – Criterios de SELECCIÓN:

Los criterios de selección deben ser objetivos y proporcionados al proyecto que se vaya a desarrollar. Sirven para valorar la capacidad técnica u operativa y financiera de los organismos de ejecución.

CAPACIDAD TÉCNICA:

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.

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 presentado.

RESUMEN - Documentación obligatoria

A) Documentación administrativa

1. **Carta de solicitud**, firmada por el representante legal, aceptando las condiciones de esta convocatoria.
2. **Declaración de honor** afirmando la inexistencia de causas de exclusión según el Artículo 7 de la convocatoria europea 2017/C 9/07 y normativa vigente.
3. **Declaración de ausencia de conflictos de interés**
4. **Documento legal de la empresa** (registro mercantil o equivalente).
5. **Certificado fiscal / NIF / IVA.**
6. **Declaración de capacidad financiera** (en caso de adjudicación podrá requerirse documentación adicional).

B) Documentación técnica

7. **Perfil general de la agencia** y estructura interna.

8. Relación detallada de campañas europeas de promoción (simples o múltiples), indicando:
 - Nombre del programa.
 - Sectores y productos.
 - Países.
 - Importe gestionado.
 - Duración.
 - Funciones desempeñadas.
9. Experiencia en mercados internacionales, especialmente Países Bajos.
10. Equipo de trabajo propuesto, incluyendo experiencia específica en campañas UE

Fecha límite de envío de credenciales: 2 de febrero de 2026.

Envío de candidaturas

Las candidaturas deberán enviarse en formato digital a la dirección de correo electrónico:
promocion@sherry.org

Incluir el asunto: *NOMBRE DE LA AGENCIA_ PRESENTACION CREDENCIALES CAMPAÑA VINOS DE JEREZ 2027-29*

Confidencialidad y protección de datos

Toda la documentación recibida será tratada de forma estrictamente confidencial.
La presentación de la candidatura implica la plena aceptación del contenido de esta convocatoria y del marco legal de la UE.

FASE 3 - ADJUDICACIÓN:

Finalmente, el resto de documentación relativa a la fase 3 (adjudicación) se entregará al Consejo Regulador JEREZ-XÉRÈS-SHERRY, MANZANILLA DE SANLÚCAR Y VINAGRES DE JEREZ desde que este comunique a las agencias que han superado con éxito las fases 1 y 2, **hasta el 6 de marzo 2026.**

Los organismos de ejecución que hayan superado la fase de exclusión/selección presentarán sus propuestas de programa y su valoración económica.

La organización proponente analizará cada una de las propuestas y las puntuará de 0 a 100 puntos basándose en los criterios y subcriterios de adjudicación detallados en la convocatoria. Todas las puntuaciones de todos los participantes se recogerán en una tabla de forma que sea comparable cada análisis realizado. Cada puntuación de los criterios será motivada.

Esta fase se llevará a cabo en dos partes diferenciadas y excluyentes: la valoración de la calidad y la valoración del precio, pero puede recibirse y conocerse toda la información en el mismo acto, aunque se valore de forma independiente.

El resultado de esta fase se recogerá en un informe que será revisado por el Comité Técnico de CONSEJO REGULADOR. Se obtendrá un acta, fechada y firmada por el representante legal en la que se refleje que se ha aprobado el informe de valoración de las propuestas presentadas a concurso elaborada por los técnicos del Comité Técnico del Dpto. de Marketing.

VALORACIÓN DE LA CALIDAD GENERAL (40 PUNTOS)

Se valorarán las propuestas otorgándoles una puntuación máxima de 40 puntos. Se establecerá una puntuación mínima para considerar que las propuestas tienen la mínima calidad exigida.

La calidad general de las propuestas se evaluará en función de los siguientes criterios y subcriterios de adjudicación. Es importante que se asegure de que la propuesta aborde todos los subcriterios de adjudicación enumerados con el objeto de reducir la subjetividad del resultado.

A continuación, se indica la puntuación de cada criterio y cada subcriterio, así como el umbral mínimo por criterio para admitir o rechazar una propuesta.

1. Pertinencia (5 puntos, siendo el umbral 4)

Se valorará que las propuestas de programa aborden:

- 1.1 El tema concreto de la convocatoria a la que se pretenda participar. (1,5 puntos)
- 1.2 Los productos que se quieran promocionar. (1,5 puntos)
- 1.3 Se atiene fielmente a los objetivos y fines específicos establecidos en la convocatoria. (2 puntos)

2. Calidad (20 puntos, 2,5 por ítem, siendo el umbral 10)

- 2.1 Selección idónea de actividades en relación con los objetivos y la estrategia del programa, conjunto adecuado de herramientas de comunicación, sinergia entre las distintas actividades.
- 2.2 Descripción concisa de las actividades y los resultados concretos, relación coste- eficacia.
- 2.3 Calidad de los indicadores y métodos de evaluación propuestos.
- 2.4 Asignación adecuada del presupuesto en relación con los objetivos y el alcance de las actividades. El presupuesto se divide eficazmente entre las actividades. Es coherente con la estrategia descrita y el impacto previsto. Aclaración: El presupuesto de las ofertas presentadas debe incluir solamente los paquetes de trabajo a subcontratar
- 2.5 Descripción clara de los costes estimados y de la precisión del presupuesto.
- 2.6 Coherencia entre los costes y los resultados concretos previstos.
- 2.7 Organización del programa y estructura de gestión.
- 2.8 Creatividad del programa.

3. Impacto (10 puntos, 5 puntos por ítem, siendo el umbral 5)

- 3.1 Se valorará que las propuestas estén orientadas a los resultados y muestren con claridad cómo se proponen alcanzar dichos resultados.
- 3.2 El nivel de inversión propuesto se justifica por la rentabilidad prevista.

4. Experiencia profesional para las personas que se van a encargar de la ejecución del programa. (5 puntos, siendo umbral 4)

Curriculum, disponibilidad de recursos, personal adecuado para la ejecución del programa en concreto

VALORACIÓN DEL PRECIO (60 PUNTOS)

Los que hayan pasado la valoración de calidad, se someterán a la valoración del precio otorgándole un máximo de 60 puntos mediante la siguiente fórmula.

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 fórmula:

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

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.

El umbral mínimo de presupuesto total es de **3.218.000 €**. Por debajo de esta cantidad se consideraría que la propuesta no ofrece garantías suficientes de buena ejecución.

Los paquetes 1 (coordinación del programa), 9 (evaluación de resultados) y 10 (otros costes) están excluidos.

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

Consideraciones de interés:

- La campaña se financiará con fondos procedentes del propio sector un 30% y con fondos de la Unión Europea un 70%.
- La finalidad del concurso es la selección de una agencia para la ejecución de un plan trianual de promoción en el mercado interior y Países Bajos que se regirá por lo establecido en el *Reglamento 1144/2014 de 22 de octubre, sobre acciones de información y promoción de los regímenes de calidad de la Unión Europea en el mercado interior, ya que dichos regímenes ofrecen a los consumidores garantías sobre la calidad y características del producto o del proceso de producción utilizado, generan un valor añadido para los productos y mejoran sus oportunidades en el mercado*.
- Condiciones de contratación: Las establecidas en el briefing y en la normativa comunitaria.
- Tipo de concurso: No remunerado.
- El concurso pretende seleccionar una agencia para ejecutar un programa europeo y para la posibilidad de continuidad del mismo de un programa posterior que se presentaría en la convocatoria del 2029, para posterior ejecución en los años 2030-2032, para la firma de un contrato marco.

Para consultas relacionadas con el concurso, el contacto será el Dpto. de Promoción del Consejo Regulador: promocion@sherry.org