

FORMULARIO  
II. Formulario del Programa  
(Rellenar un formulario por cada Programa)

1- CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

1.1.- <b>Producto(s)</b> . Especificar los productos objeto de promoción de los recogidos en el anexo II del Real Decreto 1363/2018, de 2 de noviembre.			
<input type="checkbox"/> Vino.	<input type="checkbox"/> Vino de aguja.	<input type="checkbox"/> Vino de aguja gasificado.	<input type="checkbox"/> Vino de uvas pasificadas
<input type="checkbox"/> Vino de licor	<input type="checkbox"/> Vino de uvas sobremaduradas	<input type="checkbox"/> Vinos ecológicos	
<input type="checkbox"/> Vino espumoso			
<input type="checkbox"/> Vino espumoso de calidad			
<input type="checkbox"/> Vino espumoso aromático de calidad			
Que pertenezcan a alguna de las siguientes categorías			
<input type="checkbox"/> Vinos con Denominación de Origen Protegida			
<input type="checkbox"/> Vinos con Indicación Geográfica Protegida			
<input type="checkbox"/> Vinos en los que se indique la variedad de uva de vinificación			
1.2.- Mercado(s) destinatario(s) del programa.			
Relación de Países prioritarios (incluyendo denominación del país y región o mercados del tercer país) conforme a lo previsto en el Anexo III del R.D. 1363/2018.			
Grupo al que pertenecen los países objeto del programa (grupo 1, 2 y 3), de acuerdo con lo establecido en el Anexo III del R.D. 1363/2018, y % de presupuesto del programa destinado a cada uno de los grupos especificados anteriormente.			
Relación de otros países terceros no prioritarios y por tanto no incluidos en el Anexo III del R.D. 1363/2018. Incluir la relación de países			
Detalle los motivos por los que han sido seleccionados (los terceros países y/o regiones o mercados del tercer país de destino) y las posibilidades de comercialización de los productos en los mercados elegidos			
1.3.- ¿Se trata de un Programa dirigido a un nuevo destino? En caso afirmativo especifíquese la nueva región, el nuevo(s) país(es) o mercado de tercer país de destino.			<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
1.4.- Duración del Programa			
<input type="checkbox"/> 12 meses	<input type="checkbox"/> 24 meses	<input type="checkbox"/> 36 meses	
¿Ha sido beneficiario en el ejercicio FEAGA 2019-2020?			<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
1.5.- ¿Es continuación de un programa presentado en el ejercicio anterior 2020/2021?			<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
¿En caso afirmativo, ejecutó al menos el 50% del presupuesto correspondiente al programa del ejercicio anterior?			<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
¿La nueva solicitud de ayuda, incluye países distintos, o regiones a los que se realizó la promoción en el periodo 2019/2020 y/o 2020/2021 En caso afirmativo indicar la relación de países distintos o regiones distintas incluidos en la presente solicitud			
			<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
1.6.- ¿Se trata de una prórroga?			<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
En caso afirmativo indicar la duración de la prórroga. Asimismo, en caso de prórroga los interesados deberán presentar un informe de resultados de los dos primeros años de ejecución para su evaluación. Dicho informe contendrá, al menos, información relativa a los efectos en el mercado de destino del programa desarrollado, además de detallar las razones para solicitar la prórroga.			<input type="checkbox"/> 1 año <input type="checkbox"/> 2 años

2.- Presentación y calidad del programa. OBJETIVO

En términos de objetivos concretos y, si fuera posible, cuantificados.

- Alcanzar un mayor conocimiento del producto.
  - 
  -
- Mejora de la imagen del producto.
  - 
  -
- Otros (relacionar)
  - 
  -

### 3.- Presentación y calidad del programa. ESTRATEGIA

Especifíquese los medios para desarrollar el programa y qué instrumentos de Marketing y Comunicación se utilizarán para alcanzar los objetivos del Programa (uso de medios de comunicación, ferias, etc...)

- Para el objetivo primero del apartado anterior. Relacionar las actividades a realizar
  - 
  -
- Para el objetivo segundo del apartado anterior. Relacionar las actividades a realizar
  - 
  -
- Otros
  - 
  -

### 4.- Presentación y calidad del programa. ACCIONES

4.1.- Seleccionar las acciones y actividades que se llevarán a cabo de manera global a lo largo de todo el proyecto a modo de resumen. (Esta tabla acompañará al ANEXO I, el cual se cumplimentará por país, marcando la acción y la actividad o actividades a realizar por acción. Asimismo deberá acompañarse de una memoria donde se describa de forma detallada todas y cada una de las acciones a ejecutar y las actividades a realizar por cada una de ellas).

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

4.2.- Calendario previsto que incluya lugares y fechas donde se llevarán a cabo las actividades (menciónese el país, la región y la ciudad. Por ejemplo: "Los Estados Unidos" no es suficientemente preciso). En caso de ser necesario, se cumplimentará una copia de este apartado por país y región cuyo detalle consta en el Anexo I

5.- **Presentación y calidad del programa. PÚBLICO OBJETIVO.** Para cada actividad del programa se debe detallar el público objetivo al que se dirige con el fin de conocer el presupuesto destinado a cada uno de ellos.

<input type="checkbox"/> Consumidores. <input type="checkbox"/> Distribuidores supermercados, mayoristas, minoristas especializados, abastecedores, restaurantes... <input type="checkbox"/> Distribuidores mayoristas <input type="checkbox"/> Distribuidores minoristas especializados <input type="checkbox"/> Distribuidores abastecedores <input type="checkbox"/> Distribuidores Restaurantes <input type="checkbox"/> Importadores.	<input type="checkbox"/> Líderes de opinión. Periodistas. <input type="checkbox"/> Líderes de opinión. Expertos gastronómicos <input type="checkbox"/> Escuelas de gastronomía y restauración. <input type="checkbox"/> Otros (especifique) <hr/> <hr/> <hr/>
--	---

6.- **Presentación y calidad del programa. MENSAJES Y CREATIVIDAD** (en caso de ser necesario por país y por acción)  
 Relación de mensajes que se transmitirán, calidad y creatividad de los mensajes sobre las cualidades intrínsecas de los productos, o en caso de tratarse de vinos que cuentan con una indicación geográfica, el origen del producto.

- 
- 
- 
- 
-

7.- **REPERCUSIÓN PREVISIBLE Y MÉTODO PARA MEDIRLA** (en caso de considerarlo necesario por país y por acción).  
 Por lo que se refiere a la evolución de la demanda, la notoriedad y la imagen del producto, o cualquier otro aspecto vinculado a los objetivos.

**7.1.- Especifíquese y cuantifíquese la repercusión previsible en términos de resultados realistas.**

 Mejorar el conocimiento del producto  
 Mejorar la imagen del producto  
 Incremento de ventas previsto (indicar el porcentaje previsto):  
   ○ Superior al 5% :  
   ○ Inferior al 5%:  
   ○ Incremento previsto 0%:  
 Otros \_\_\_\_\_

**7.2.- Especifíquese el método cuantitativo y/o cualitativo y los indicadores que se utilizará para medir los resultados o repercusiones.**

 Relación de métodos y descripción vinculada a cada objetivo perseguido  
   ○  
   ○  
   ○  
 Relación de indicadores utilizados y descripción  
   ○

<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
---

8.- INTERÉS NACIONAL Y COMUNITARIO DEL PROGRAMA, ASÍ COMO PARA LA COMUNIDAD AUTÓNOMA

8.1.- Interés nacional y comunitario del Programa. Descripción

8.2.- Interés para la Comunidad Autónoma. Criterios de priorización *
<input type="checkbox"/> Productos objeto de promoción acogidos a una DOP (Criterios priorización Comunidad de Madrid: 10 puntos). <input type="checkbox"/> Productos objeto de la promoción acogidos a una IGP (Criterios priorización Comunidad de Madrid: 5 puntos). <input type="checkbox"/> Productos ecológicos (Criterios priorización Comunidad de Madrid: 5 puntos).

\*Máximo 10 puntos, de acuerdo con los criterios de priorización, Real Decreto 1363/2018, de 2 de noviembre.

9.- PRESUPUESTO

9.1 CUADRO RECAPITULATIVO Y PLAN DE FINANCIACIÓN. Anexo I y II del presente formulario

9.2.- Relación calidad/precio del programa. En caso de ser necesario desglosado por Región, País y para el total de países que comprenden el programa
<input type="checkbox"/> Adecuación de los costes del programa a los precios de mercado (no de los vinos). Descripción y acreditación, aportando en su caso la información y/o documentación justificativa que proceda. En particular a través de la comparación de diferentes ofertas.

10.- OTROS DATOS PERTINENTES

10.1- Certificaciones medioambientales con las que cuentan en las instalaciones. Certificaciones que deberán ser acreditadas y aportadas junto a la solicitud
<input type="checkbox"/> Según Reglamento EMAS (Reglamento (CE) nº 1221/2009) o la Norma ISO 14.001. <input type="checkbox"/> Certificado Wheries for Climate Protection.

10.2 – Diferencias consideración nuevo mercado		
Región/ País	Programa ejecutado	Programa a ejecutar
Actividades		
Público objetivo		

*Se considera programa que tenga como objetivo un nuevo tercer país y/o región o nuevo mercado de tercer país, aquellos programas que nunca hayan formado parte de la lista de selección propuesta por la Comisión Nacional de Selección de Programas, del artículo 10, desde el ejercicio FEAGA 2017-2018.*

# Información sobre Protección de Datos

## 1. Responsable del tratamiento de sus datos

- **Responsable:** CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE , ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y SOSTENIBILIDAD, D. G. DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN
- **Domicilio social:** Consultar [www.comunidad.madrid/centros](http://www.comunidad.madrid/centros)
- **Contacto Delegado de Protección de Datos:** protecciondatosmambiente@madrid.org

## 2. ¿En qué actividad de tratamiento están incluidos mis datos personales y con qué fines se tratarán?

- AYUDAS FEAGA NO SIGC

En cumplimiento de lo establecido por el Reglamento (UE) 2016/679, de Protección de Datos Personales (RGPD), sus datos serán tratados para las siguientes finalidades:

- Se destinará a la recogida de datos de carácter personal correspondientes a todos los solicitantes de solicitud única, en relación con los pagos directos a la agricultura y la ganadería con cargo a fondos FEAGA, así como las ayudas FEADER asimilables al sistema integrado de gestión y control (sigc) y tramitadas al amparo de la reglamentación de la Unión Europea y abonadas a través del organismo pagador de la Comunidad de Madrid

## 3. ¿Cuál es la legitimación en la cual se basa la licitud del tratamiento?

Reglamento (UE) n ° 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 de 17 de diciembre de 2013 Reglamento (CE) n° 1290/2005 del Consejo, de 21 de junio, sobre la financiación de la Política Agrícola Común

RGPD 6.1 e), el tratamiento de datos es necesario para el cumplimiento de una misión realizada en interés público o en el ejercicio de poderes públicos conferidos al responsable del tratamiento.

## 4. ¿Cómo ejercer sus derechos? ¿Cuáles son sus derechos cuando nos facilita sus datos?

Puede ejercitar, si lo desea, los derechos de acceso, rectificación y supresión de datos, así como solicitar que se limite el tratamiento de sus datos personales, oponerse al mismo, solicitar en su caso la portabilidad de sus datos, así como a no ser objeto de una decisión individual basada únicamente en el tratamiento automatizado, incluida la elaboración de perfiles.

Según la Ley 39/2015, el RGPD y la Ley Orgánica 3/2018, puede ejercer sus derechos por [Registro Electrónico](#) o [Registro Presencial](#) o en los lugares y formas previstos en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, preferentemente mediante el formulario de solicitud ["Ejercicio de derechos en materia de protección de datos personales"](#).

## 5. Tratamientos que incluyen decisiones automatizadas, incluida la elaboración de perfiles, con efectos jurídicos o relevantes.

No se realizan.

## 6. ¿Por cuánto tiempo conservaremos sus datos personales?

Los datos personales proporcionados se conservarán por el siguiente periodo:

Periodo indeterminado

Los datos se mantendrán durante el tiempo que sea necesario para cumplir con la finalidad para la que se recabaron y para determinar las posibles responsabilidades que se pudieran derivar de dicha finalidad y del tratamiento de los datos

## 7. ¿A qué destinatarios se comunicarán sus datos?

FEAGA Entidades bancarias; Comisión Europea, Tribunal de Cuentas Europeo y otros organismos de auditoría e investigación de la Unión Europea, Hacienda Pública y Administración Tributaria, Tribunal de cuentas, Tesorería de la Comunidad de Madrid, Intervención General del Estado

## 8. Derecho a retirar el consentimiento prestado para el tratamiento en cualquier momento.

Cuando el tratamiento esté basado en el consentimiento explícito, tiene derecho a retirar el consentimiento en cualquier momento, sin que ello afecte a la licitud del tratamiento basado en el consentimiento previo a su retirada.

**9. Derecho a presentar una reclamación ante la Autoridad de Control.**

Tiene derecho a presentar una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos <https://www.aepd.es> si no está conforme con el tratamiento que se hace de sus datos personales.

**10. Categoría de datos objeto de tratamiento.**

Datos de carácter identificativo. Características personales. Circunstancias sociales. Datos económicos, financieros y de seguro. Transacciones de bienes y servicios

**11. Fuente de la que procedan los datos.**

Interesado

**12. Información adicional.**

Pueden consultar la información adicional y detallada de la información y de la normativa aplicable en materia de protección de datos en la web de la Agencia Española de Protección de Datos <https://www.aepd.es>, así como la información sobre el Registro de Actividades de Tratamiento del Responsable antes señalado en el siguiente enlace: [www.comunidad.madrid/protecciondedatos](http://www.comunidad.madrid/protecciondedatos).