

### III. OTRAS DISPOSICIONES

## MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

**14211** *Resolución de 23 de junio de 2026, de la Subsecretaría, por la que se publica el Convenio entre el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y el Instituto de Turismo de España, O.A., para la realización de actividades de comunicación y promoción internacional de la gastronomía española en el periodo 2026-2027.*

La Secretaria General de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria y la Presidenta del Instituto de Turismo de España, O.A., han suscrito, con fecha de 9 de junio de 2026, un convenio para la realización de actividades de comunicación y promoción internacional de la gastronomía española en el periodo 2026-2027.

Para general conocimiento, y en cumplimiento de lo establecido en el artículo 48.8 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, dispongo la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» del referido convenio como anejo a la presente resolución.

Madrid, 23 de junio de 2026.–El Subsecretario de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes, Alberto Herrera Rodríguez.

#### ANEJO

#### **Convenio entre el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y el Instituto de Turismo de España, O.A. (Turespaña), para la realización de actividades de comunicación y promoción internacional de la gastronomía española en el periodo 2026-2027**

#### REUNIDAS

De una parte, doña Ana Rodríguez Castaño, Secretaria General de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria, en virtud del Real Decreto 748/2024, de 23 de julio, por el que se dispone su nombramiento (BOE núm. 178, de 24 de julio de 2024) en nombre y representación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y actuando por delegación de competencias de su titular de acuerdo con la Orden APA/1511/2024, de 2 de diciembre, de fijación de límites para administrar ciertos gastos y de delegación de competencias.

Y, de otra parte, doña Rosario Sánchez Grau, Secretaria de Estado de Turismo, Presidenta del Instituto de Turismo de España O.A. (Turespaña), en virtud de su nombramiento efectuado por el Real Decreto 406/2024, de 16 de abril (BOE núm. 94, de 17 de abril de 2024), en nombre y representación de dicho organismo autónomo, con sede en Madrid, Calle Poeta Joan Maragall, número 41 y NIF Q2829013H, en ejercicio de la competencia establecida en el artículo 48.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Ambas partes se reconocen capacidad jurídica suficiente para suscribir el presente convenio y, a tal efecto,

#### EXPONEN

1. El artículo 7.1.l) del Real Decreto 717/2024, de 23 de julio, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Agricultura, Pesca y

Alimentación establece que entre las funciones de la Dirección General de Alimentación, estará la de proponer y desarrollar instrumentos encaminados a promocionar y orientar el consumo de productos agroalimentarios y pesqueros y la asistencia y colaboración con empresas y entidades asociativas de los sectores agroalimentario y pesquero para facilitar su participación en ferias y exposiciones nacionales e internacionales, competencias que serán ejercidas por la Subdirección General de Promoción de los Alimentos de España, según se dispone en el apartado 2.c) del mismo artículo.

2. Entre los objetivos de la Estrategia Nacional de la Alimentación, desarrollada por el MAPA está el de consolidar a España como un referente mundial en excelencia alimentaria de forma que se le reconozca como potencia alimentaria y gastronómica, tanto a nivel nacional como internacional destacando la calidad y diversidad de nuestras producciones, así como la competitividad de nuestras empresas.

3. Turespaña es un organismo autónomo adscrito al Ministerio de Industria y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Turismo que, conforme a lo establecido en el Real Decreto 425/2013, de 14 de junio, por el que se aprueba el Estatuto del Instituto de Turismo de España, tiene encomendada la planificación, el desarrollo y la ejecución de actuaciones para la promoción del turismo español en los mercados internacionales y entre los no residentes en España, el apoyo a la comercialización de productos turísticos españoles en el exterior y entre los no residentes en España y la colaboración con las Comunidades Autónomas, los entes locales y el sector privado en programas de promoción y comercialización de sus productos en el exterior y entre los no residentes en España.

4. Ambas partes aprecian la necesidad de colaborar en la realización de actividades en el ámbito de la comunicación y la publicidad para promover la imagen internacional de la gastronomía española y promocionar los alimentos y bebidas españolas, reforzando la percepción positiva de la marca turística España y ampliando el conocimiento de la riqueza y diversidad cultural de nuestro país, y contribuyendo, asimismo, a reforzar la imagen y la reputación del sector agroalimentario y los productos de gastronomía españoles, poniendo en valor su sostenibilidad, diversidad, calidad y excelencia.

5. Dicha colaboración se articula a través de un convenio de los regulados en el capítulo VI del título preliminar de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Por todo ello, ambas partes acuerdan suscribir el presente convenio que se regirá por las siguientes

#### CLÁUSULAS

##### Primera. *Objeto del convenio.*

El objeto de este convenio es articular la colaboración entre el MAPA y Turespaña en la realización de actividades de comunicación y promoción internacional de la gastronomía española en el periodo 2026-2027.

##### Segunda. *Líneas de actuación.*

El convenio se articula en las siguientes líneas de actuación dirigidas a la comunicación y promoción internacional de la gastronomía:

1. Producción de creatividades. Diseño del concepto creativo, creación y adaptación de materiales gráficos y audiovisuales (como imágenes, vídeos o animaciones) en distintos idiomas y formatos digitales, destinados a campañas de comunicación y promoción internacional y gastos de personal de los perfiles imputados al proyecto de la agencia de creatividad.

2. Acciones en redes sociales propias y gastos de personal de los perfiles imputados al proyecto de la agencia de Redes Sociales.

2.1 Publicaciones en orgánico. Creación de contenidos de interés para el MAPA y Turespaña para su publicación y difusión a través de las redes sociales de Turespaña que cuentan con un alcance internacional, con el fin de mantener una presencia constante, generar comunidad y reforzar la reputación institucional mediante la creación de contenido relevante y de valor para el público.

2.2 Campañas Paid. Acciones de comunicación y marketing digital mediante publicidad pagada en plataformas de redes sociales para promocionar contenidos o alcanzar audiencias específicas. Estas campañas permiten segmentar audiencias, optimizar la visibilidad de los mensajes y medir resultados mediante indicadores de rendimiento (KPIs) como impresiones, clics o interacciones.

2.3 Acciones con influencers. Colaboraciones con creadores de contenido o líderes de opinión en redes sociales, seleccionados por criterios como alcance, interacción con su audiencia, y su afinidad con los valores y objetivos de la campaña. El propósito es amplificar el mensaje, aumentar la credibilidad y generar mayor interacción, aprovechando la conexión que los influencers mantienen con sus comunidades digitales.

3. Campañas de publicidad internacional y gastos de personal de los perfiles imputados al proyecto de la agencia de medios y publicidad.

3.1 Campaña contenido-advertoriales grandes cabeceras. Desarrollo de piezas publicitarias redactadas en formato editorial (advertorials) publicadas en medios de comunicación de amplia audiencia y prestigio. Estas acciones permiten comunicar mensajes de manera más natural y contextualizada, combinando el estilo informativo del medio con los objetivos de promoción institucional.

3.2 Campaña contenido- Branded Content. Producción de contenidos informativos o de entretenimiento creados en colaboración con medios o plataformas, en los que la marca o entidad está integrada de forma natural (nativa) en la narrativa del medio. Este tipo de contenido busca conectar emocionalmente con la audiencia y fortalecer la imagen de marca.

3.3 Campaña Branding (display, video online, social). Conjunto de acciones de comunicación orientadas a reforzar la identidad visual e institucional mediante la difusión de anuncios en formatos gráficos o audiovisuales, distribuidos en sitios web, redes sociales o plataformas de vídeo con la finalidad de generar notoriedad.

4. Actuaciones en portal [spain.info](http://spain.info) STEP. Diseño y desarrollo de contenidos específicos dentro del portal [Spain.info](http://spain.info) y todo su entorno, conocido como STEP (Sistema Turístico Español de Promoción por Internet) para dar difusión a contenidos de gastronomía. Éstos pueden estar presentes en la arquitectura actual, o adquirir formato de microsite (página que agrupa contenidos vinculados a una misma materia con una navegación limitada) o landing pages (páginas creadas con el objetivo de aterrizar los clics que provengan de las campañas, para propiciar que la audiencia siga interactuando con el contenido).

5. Eventos *offline* dirigidos a consumidor final/sector.

5.1 Eventos a través de las consejerías de Turismo en el exterior en colaboración, en su caso, con las Consejerías de Agricultura. Organización y ejecución de eventos promocionales en mercados internacionales por parte de las Consejerías de Turismo, orientados a poner en valor la gastronomía y dar a conocer la oferta turística nacional o regional. Estos eventos pueden incluir presentaciones, acciones B2B o experiencias dirigidas al consumidor final, buscando fortalecer las relaciones institucionales y comerciales en los mercados.

5.2 Actividad «Spain is Much More». Viaje dirigido a personas que pueden influir en la opinión o decisiones de otros, como periodistas, influencers, agentes de viajes, o expertos del sector en sus respectivos mercados, para realizar varias rutas por España,

con el fin de explorar lugares menos visitados y conocidos del interior del país, que cuentan con una oferta turística orientada al slow travel y al turismo experiencial, donde la naturaleza, la cultura y la gastronomía van de la mano. Incluye evento de clausura.

6. Estudio segmento gastronómico: Estudio a cargo de la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, que contará con el asesoramiento del MAPA, consistente en investigaciones y análisis para estudiar el potencial del segmento gastronómico, en el marco de un estudio más amplio sobre segmentación con la idea de proporcionar datos y conclusiones que sirvan de base para la toma de decisiones estratégicas en materia de marketing y comunicación institucional. Esta actividad no supone coste en el marco del convenio.

Tercera. *Obligaciones del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.*

Para el debido cumplimiento del objeto del presente convenio, el MAPA se compromete a:

1. Participar en el diseño y elaboración de las líneas de actuación referidas en la cláusula segunda y en el anexo, y aprobar los planes de actividades consensuados y elaborados conjuntamente con Turespaña, de acuerdo con la cláusula cuarta.

2. Aportar la cantidad máxima anual de dos millones de euros (2.000.000 €) para cada uno de los ejercicios económicos 2026 y 2027, en el periodo de actuaciones del presente convenio, una vez ejecutadas y justificadas las acciones programadas. El 50% de los gastos correspondientes a la totalidad de las acciones desarrolladas serán financiados con cargo a las aportaciones del MAPA.

El importe del IVA correspondiente a los gastos realizados por Turespaña en el cumplimiento de las actuaciones previstas en el presente convenio sólo será considerado gasto financiable por el MAPA cuando dicho importe no sea susceptible de recuperación o compensación por la propia Turespaña.

3. Asesorar a la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos de Turespaña en la realización de un estudio sobre el segmento gastronómico previsto en la cláusula segunda.

4. Facilitar las relaciones institucionales precisas para el desarrollo y aplicación del presente convenio.

5. Participar en la difusión y conocimiento de las actuaciones que se acuerden dentro del presente convenio.

6. Promover entre las empresas españolas del sector la participación en las actuaciones internacionales que se acuerden dentro del presente convenio.

7. Recabar de los interesados las autorizaciones o consentimientos que procedan, relativas a las fotografías e imágenes y material audiovisual aportadas por empresas españolas del sector y que vayan a ser utilizadas en el marco de las actividades del presente convenio. En relación con lo anterior, se establece asimismo que la MAPA asumirá como propia cualquier reclamación que, por motivos de propiedad intelectual, protección de datos personales o derechos de imagen pudiera generarse con motivo de la publicación de tales documentos y materiales, quedando Turespaña exonerado de cualquier responsabilidad.

8. Apoyar en la identificación de expertos en productos de gastronomía que puedan participar en:

- Vídeos y material multimedia que Turespaña produzca para poner en valor el turismo gastronómico y los alimentos y bebidas españoles.
- Artículos y contenidos para el portal de Turespaña [www.spain.info](http://www.spain.info) y el entorno STEP.
- Eventos de promoción que Turespaña organice donde se requiera un conocimiento de la gastronomía española.

– Acciones de prescriptores y profesionales españoles y extranjeros del sector del turismo gastronómico.

Cuarta. *Obligaciones del Instituto de Turismo de España.*

Para el debido cumplimiento del objeto del presente convenio, Turespaña se compromete a:

1. Asumir la responsabilidad directa de las gestiones necesarias para el buen desarrollo de las acciones promocionales previstas, informando al MAPA de estas.

2. Aportar para la cofinanciación de las actuaciones programadas la cantidad máxima anual de dos millones de euros (2.000.000 €) en el periodo total de actuaciones de acuerdo con el presupuesto indicado en el anexo. El 50% de los gastos correspondientes a la totalidad de las acciones desarrolladas serán financiados con cargo a las aportaciones de Turespaña.

3. Diseñar y aportar los planes de actividades detallados que recojan una descripción de las acciones a realizar, así como sus indicadores, presupuesto y posible calendario de acciones. Estos planes deberán ser consensuados y aprobados por ambas partes.

4. Diseñar y ejecutar, juntamente con el MAPA, las actividades mencionadas en la cláusula segunda y en el anexo, debiendo tener en cuenta todos los aspectos técnicos necesarios para la correcta ejecución de estas.

5. Elaborar y aportar los elementos divulgativos y promocionales necesarios para el adecuado desarrollo de las acciones contempladas en el presente convenio.

6. Incluir la imagen de #alimentosdespaña en las actuaciones promocionales desarrolladas en el marco del convenio.

7. Apoyar la difusión y conocimiento de las actuaciones que se acuerden dentro del presente convenio.

8. A efectos de las aportaciones establecidas en el calendario de la cláusula quinta, una vez realizadas las acciones previstas en el anexo, elaborar y presentar la documentación pertinente para la justificación del cumplimiento de estas, que consistirá en una memoria que comprenda, al menos:

- a) Una descripción de las acciones realizadas.
- b) Indicadores alcanzados
- c) Las correspondientes justificaciones sistematizadas del gasto y pago, indicando la parte aportada por el MAPA.
- d) Cualquier otra información que pueda contribuir a valorar la eficacia de las acciones emprendidas.

9. Para el desarrollo de las actuaciones previstas en el presente convenio, Turespaña podrá llevar a cabo su ejecución a través de la red de las Consejerías de Turismo en el exterior, que tienen la consideración de centros de actuación de Turespaña en el exterior.

Quinta. *Financiación y forma de pago.*

El presupuesto total que conlleva la organización y celebración de las actuaciones programadas objeto del convenio, asciende a ocho millones de euros (8.000.000 €) de acuerdo con el presupuesto que se adjunta como anexo.

El MAPA participará en las acciones objeto de este convenio con un presupuesto máximo de cuatro millones de euros (4.000.000 €).

– Dos millones de euros (2.000.000 €) para el ejercicio 2026, con cargo a la aplicación presupuestaria 21.07.413A.640.08 o la que pueda sustituirla en la Ley de Presupuestos Generales del Estado correspondiente.

– Dos millones de euros (2.000.000 €) para el ejercicio 2027, con cargo a la aplicación presupuestaria 21.07.413A.640.08 o la que pueda sustituirla en la Ley de Presupuestos Generales del Estado correspondiente.

Turespaña participará en las acciones objeto de este convenio con un presupuesto máximo de cuatro millones de euros (4.000.000 €).

– Dos millones de euros (2.000.000 €) para el ejercicio 2026, con cargo a la aplicación presupuestaria 20.104.432A.640.

– Dos millones de euros (2.000.000 €) para el ejercicio 2027, con cargo a la aplicación presupuestaria 20.104.432A.640.

Para la ejecución de estas actuaciones las partes también aportarán sus medios humanos.

Turespaña adelantará los fondos correspondientes a las actividades a realizar previstas bajo el presente convenio. Turespaña justificará su aportación, mediante una memoria de acuerdo con lo especificado en la cláusula cuarta del presente convenio, así como sus correspondientes documentos justificativos.

El MAPA realizará la aportación de la cantidad estipulada a Turespaña una vez realizadas las actividades, previa certificación justificativa de los gastos realizados, aportando una memoria de acuerdo con lo especificado en la cláusula cuarta del presente convenio, así como sus correspondientes documentos justificativos, de conformidad con el siguiente calendario:

– Primera aportación: Correspondiente a las acciones objeto del presente convenio ejecutadas desde la fecha en la que el convenio adquiera eficacia hasta el 31 de agosto de 2026 y cuyo pago sea justificado hasta el 20 de noviembre de 2026.

– Segunda aportación: Correspondiente a las acciones objeto del presente convenio ejecutadas desde el 1 de septiembre de 2026 hasta el 30 de abril de 2027 y cuyo pago sea justificado hasta el 30 de junio de 2027.

– Tercera aportación. Correspondiente a las acciones objeto del presente convenio ejecutadas desde 1 de mayo hasta el 30 de septiembre de 2027 y cuyo pago sea justificado hasta el 20 de noviembre de 2027.

Adicionalmente, se establece una liquidación de cierre al final del periodo de vigencia del convenio en la que se regularizarán las aportaciones de Turespaña y MAPA, en caso de haber diferencias en los términos de financiación establecidos en el convenio.

El desglose del presupuesto previsto en el anexo podrá redistribuirse entre líneas y sub-líneas de actuación en función de los posibles remanentes derivados de la optimización de la gestión; la evolución del tipo de cambio; o situaciones sobrevenidas de carácter excepcional debidamente justificadas por acuerdo de la Comisión de seguimiento siempre y cuando dichos reajustes no afecten a su contenido esencial, no supongan un incremento económico del global de las aportaciones de las partes, ni excedan la duración del convenio establecida en la cláusula octava.

La Comisión de seguimiento además podrá acordar la aprobación de reajustes de las anualidades de las aportaciones, en función de la evolución de la ejecución del objeto y de las actuaciones contempladas en el convenio, siempre que estos reajustes no supongan un incremento económico del global de la aportación ni del plazo total, o en caso necesario, acordar la tramitación de una adenda.

Sexta. *Comisión de seguimiento.*

A los efectos de garantizar el cumplimiento del presente convenio se crea la Comisión de seguimiento para un mejor desarrollo de las actuaciones a realizar. Esta comisión estará integrada por cuatro miembros y tendrá la siguiente composición:

Por parte del MAPA:

– Dos representantes de la Subdirección General de Promoción de los Alimentos de España. El funcionario de mayor rango de esta subdirección presidirá la Comisión.

Por parte de Turespaña:

– Dos representantes de la Subdirección General de Marketing Exterior del Turismo. Uno de ellos ejercerá el cargo de Secretario de la Comisión.

La Comisión de seguimiento se reunirá al menos una vez al año, y cuantas veces se estime necesario a petición de una de las partes, con al menos 10 días de antelación. Los acuerdos de la Comisión de seguimiento se adoptarán por unanimidad de sus miembros, todos ellos tienen derecho a voz y voto, y de sus reuniones se levantará la correspondiente acta firmada por el Secretario, con el visto bueno del Presidente.

La Comisión podrá requerir la comparecencia, por interés de las mismas, de otros expertos en la materia a tratar, con voz, pero sin voto.

La Comisión tendrá encomendadas las siguientes funciones:

– Acordar los detalles relativos a la ejecución del convenio, siempre que no afecte a su contenido mínimo y esencial, para lo cual no se requerirá una modificación del mismo sino el simple acuerdo de las partes.

– El seguimiento, vigilancia y control de la ejecución del convenio y de los compromisos adquiridos por los firmantes.

– La resolución de problemas de interpretación y cumplimiento que puedan plantarse respecto a la ejecución del convenio.

– Ajustar los importes de las sub-líneas y líneas de actuación, así como las anualidades si fuera necesario en los términos previstos en la cláusula quinta.

Del ejercicio de las funciones anteriores, en ningún caso se derivarán nuevos compromisos u obligaciones para las partes.

El presidente de la Comisión será el responsable de emitir el certificado exigido en el apartado Segundo 4.2.3.a) de la Resolución de 16 de junio de 2021 de la Intervención General de la Administración del Estado.

Séptima. *Publicidad y uso de signos distintivos.*

En toda comunicación interna o externa que se haga de las acciones objeto de este convenio, en cualquier medio de difusión, deberán constar de modo expreso y visible los logotipos u otros signos distintivos de ambas partes y mencionarse que dicha actividad es resultado de la colaboración entre ambas.

Además, en las actividades y materiales que se realicen en el marco del presente convenio, siempre que el formato lo permita, se incluirá el logotipo de ambas partes.

Ambas partes se otorgan, durante la vigencia del presente convenio y en relación con las actuaciones que se lleven a cabo en el marco de este, una autorización mutua para utilizar sus logotipos y marcas. Ambas partes podrán utilizar estos logotipos y marcas únicamente en colaboraciones que tengan como finalidad el objeto del presente convenio, de modo acorde con su línea corporativa, tanto en las comunicaciones electrónicas u online, incluyendo las respectivas webs, como en las efectuadas en soporte papel.

La licencia de uso concedida en el presente convenio no dará derecho en ningún caso a ninguna de las partes a usar, con fines publicitarios o en sus relaciones comerciales con terceros, las marcas comerciales, denominaciones, eslóganes,

emblemas o traducciones de estos que sean titularidad de la otra parte, salvo que esas relaciones deriven o traigan causa de las actividades objeto del presente convenio.

*Octava. Eficacia y duración del convenio.*

El presente convenio se perfeccionará con la prestación del consentimiento de las partes, expresado mediante su firma y surtirá efectos una vez inscrito, en el plazo de cinco días hábiles desde su formalización, en el Registro Electrónico Estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación (REOICO), del sector público estatal. Asimismo, será publicado en el «Boletín Oficial del Estado», en el plazo de diez días desde su formalización.

Su duración se extiende hasta el 31 de diciembre de 2027. Las partes podrán acordar unánimemente su prórroga por periodos anuales hasta el límite máximo de cuatro años, mediante la correspondiente adenda, previa sustanciación de los trámites previstos normativamente.

*Novena. Modificación, extinción e incumplimiento del convenio.*

La modificación del presente convenio requerirá del acuerdo unánime de los firmantes, mediante la oportuna adenda, previa sustanciación de los trámites previstos normativamente.

El presente convenio se extingue por el cumplimiento de las actuaciones que constituyen su objeto o por incurrir en causa de resolución.

Son causas de resolución:

- a) El transcurso del plazo de vigencia del convenio sin haberse acordado la prórroga de este.
- b) El acuerdo unánime de todos los firmantes.
- c) El incumplimiento de las obligaciones y compromisos asumidos por parte de alguno de los firmantes.
- d) La decisión judicial declaratoria de la nulidad del convenio.
- e) Cualquier otra causa distinta de las anteriores prevista legalmente.

En los casos de incumplimiento cualquiera de las partes podrá notificar a la parte incumplidora un requerimiento para que cumpla en un determinado plazo con las obligaciones o compromisos que se consideran incumplidos. Este requerimiento será comunicado al presidente de la Comisión de seguimiento.

Si trascurrido el plazo indicado en el requerimiento, que no será menor de un mes, persistiera el incumplimiento, la parte que lo dirigió notificará a la otra parte la concurrencia de la causa de resolución y se entenderá resuelto el convenio.

La resolución del convenio por esta causa podrá conllevar la indemnización de los perjuicios causados. Para la determinación de la indemnización se tendrá en cuenta la valoración, debidamente cuantificada, de los gastos en que haya incurrido la parte cumplidora con motivo del incumplimiento alegado, y hasta el momento de la resolución del convenio, y ascenderá, al menos, a la cuantía de los gastos justificados.

*Décima. Confidencialidad, titularidad y uso de los resultados y protección de datos.*

Sin perjuicio de las líneas de actuación en materia de difusión de la información, y de la publicidad que las partes den a este convenio o a las actuaciones derivadas del mismo, las partes velarán por la debida confidencialidad de la información que se genere entre ambas.

Si de las actuaciones realizadas al amparo del presente convenio se derivaran derechos de propiedad industrial, intelectual u otros de análoga naturaleza, serán propiedad en partes iguales del MAPA y de Turespaña.

Turespaña, previa autorización del MAPA, podrá reproducir los total o parcialmente materiales referidos en el punto séptimo de la cláusula tercera, así como fragmentos de

imágenes y fotografías de las producciones, para su utilización en las actuaciones institucionales que le son propias, tales como ferias, eventos, congresos, acuerdos con organismos públicos nacionales o extranjeros, actuaciones de carácter educativo y de divulgación etc., o incluirlos en cualesquiera de sus webs corporativas, en cualquier publicación audiovisual, impresa o multimedia propia, durante el periodo temporal en que esté vigente el presente convenio y sin límite geográfico.

Asimismo, ambas partes en el ejercicio de las funciones previstas en el presente convenio adecuarán sus actuaciones a la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. En cumplimiento de la normativa aplicable en materia de protección de datos, las partes se comprometen a utilizar los datos personales recopilados exclusivamente para el cumplimiento de las actuaciones previstas en este convenio.

Se garantizará que todas las personas autorizadas para el tratamiento de estos datos hayan contraído un compromiso de confidencialidad y que dichos datos no se comunicarán a terceros, salvo que sea estrictamente necesario para el cumplimiento del objeto del presente convenio. En este caso los terceros deberán contraer el correspondiente compromiso de confidencialidad.

*Undécima. Resolución de conflictos.*

Los conflictos a que pueda dar lugar la interpretación, modificación, efectos o resolución del presente convenio, que no hayan sido resueltos por la Comisión de seguimiento prevista en la cláusula sexta, quedarán sometidos al conocimiento y resolución de la Jurisdicción Contencioso-administrativa, de conformidad con lo previsto en la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la citada jurisdicción.

En caso de existir intereses contrapuestos ostentando la representación legal o convencional el Abogado del Estado, se resolverán según lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 52/1997, de 27 de noviembre, de Asistencia Jurídica al Estado e Instituciones Públicas, y en el artículo 98 del Real Decreto 1057/2024, de 15 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de la Abogacía General del Estado.

*Duodécima. Igualdad efectiva de mujeres y hombres.*

De conformidad con lo dispuesto en la legislación nacional, en la iniciativa del Parlamento Europeo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres y promover la visibilidad de mujeres expertas y aumentar su participación en paneles, conferencias, seminarios, debates y actividades de comunicación, las partes acuerdan que se velará por mantener un equilibrio de mujeres y hombres en aquellas actividades que conlleven la organización de paneles, conferencias, seminarios, debates, actividades de comunicación, mesas o intervenciones que se programen en el marco del presente convenio, evitándose, en todo caso, la presencia exclusiva de mujeres o de hombres.

En prueba de conformidad, y para la debida constancia de lo convenido, otorgan el presente convenio.—El Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, P. D. (Orden APA/1511/2024, de 2 de diciembre), la Secretaria General de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria, Ana Rodríguez Castaño.—La Presidenta del Instituto de Turismo de España, O.A., Rosario Sánchez Grau.

## ANEXO

Año	Línea de actuación	Descripción	Zonas geográficas	Mapa - Euros IVA incluido	Turespaña - Euros IVA incluido
2026	Producción de creativities.	Gráficas y audiovisuales en diferentes formatos e idiomas y gastos de personal de agencia de creatividad.	Global.	191.500	191.500
	Acciones en Redes Sociales propias.	Publicaciones en orgánico.		26.500	26.500
		Campañas paid.		62.500	62.500
		Acciones con influencers.		34.500	34.500
		Gastos de personal de agencia de redes sociales.		15.000	15.000
	Campañas de publicidad internacional.	Campaña contenido - advertorials grandes cabeceras.	Norteamérica y Asia.	400.000	400.000
		Campaña contenido - Branded Content.	Europa y Asia.	400.000	400.000
		Campaña Branding (display, video online, social).	Global.	550.000	550.000
		Gastos de personal de agencia medios y publicidad.		67.500	67.500
	Actuaciones en portal spain.info STEP.	Microsite/landing/contenidos, perfiles RRHH.	Global.	27.500	27.500
	Eventos offline dirigidos a consumidor final/sector.	Eventos Consejerías de Turismo en el exterior.		225.000	225.000
Total 2026.				2.000.000	2.000.000

Año	Línea de actuación	Descripción	Zonas geográficas	Mapa - Euros IVA incluido	Turespaña - Euros IVA incluido
2027	Producción de creativities.	Gráficas y audiovisuales en diferentes formatos e idiomas y gastos de personal de agencia de creatividad.		54.500	54.500
	Acciones en Redes Sociales propias.	Publicaciones en orgánico.	Global.	26.500	26.500
		Campañas paid.		50.000	50.000
		Acciones con influencers.		39.750	39.750
		Gastos de personal de agencia de redes sociales.		15.000	15.000
	Campañas de publicidad internacional.	Campaña contenido - advertorials grandes cabeceras.	Europa y Asia.	295.000	295.000
		Campaña contenido - Branded Content.	América y Oriente Medio.	400.000	400.000
		Campaña Branding (display, video online, social).	Global.	745.000	745.000
		Gastos de personal de agencia de medios y publicidad.		72.000	72.000
	Actuaciones en portal spain.info STEP.	Microsite/landing/contenidos, estimación RRHH.	Global.	27.500	27.500
	Eventos offline dirigidos a consumidor final/sector.	Actividad «Spain is Much More».		49.750	49.750
		Eventos Consejerías de Turismo en el exterior.		225.000	225.000
Total 2027.				2.000.000	2.000.000