CONTRATO DE SERVICIOS DE ESTUDIO DE MERCADO DEL SECTOR DE LA ACEITUNA ESPAÑOLA EN INDIA

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

PROCEDIMIENTO ABIERTO

Nº DE EXPEDIENTE: 2018-117

extenda
AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN EXTERIOR

ÍNDICE

1. ANTEDECENTES 3

2. OBJETO 4

3. LUGAR DE EJECUCIÓN 4

4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO 4

5. PRECIO DEL CONTRATO 9

6. PLAZO DE EJECUCIÓN 10

7. CONFIDENCIALIDAD 10

JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE CONOCIMIENTO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDAD

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

1. ANTEDECENTES

Extenda, Agencia Andaluza de Promoción Exterior, S.A. (en adelante Extenda) es la empresa de la Junta de Andalucía, adscrita a la Consejería de Conocimiento, Investigación y Universidad cuyo objeto es favorecer el proceso de internacionalización de las empresas andaluzas, asistiéndolas de forma integral hasta consolidar su presencia en los mercados internacionales.

Extenda tiene establecido su domicilio social en Sevilla, C/ Marie Curie, nº 5, Isla de la Cartuja. 41092.-Sevilla. Teléfono 954 28 02 27 y fax 955 12 82 81. Tiene CIF A-41147596.

Extenda presta servicios que tratan de paliar las carencias que las empresas de cualquier sector de actividad encuentran a la hora de abordar sus procesos de internacionalización en los ámbitos de información técnica y de mercados, formación en gestión internacional, promoción comercial en el exterior, asesoramiento especializado en internacionalización y una amplia Red Exterior para apoyo directo en mercados.

El sector de la aceituna ha sido objeto de programaciones específicas dentro de la actividad de Extenda, entre otros países, en la India. Se han llevado a cabo campañas de promoción realizadas por EXTENDA – INTERACEITUNA entre los años 2014 a 2017.

Extenda se plantea abordar un trabajo de investigación del mercado de la aceituna en la India que permita profundizar en el conocimiento del mismo, del nivel de penetración del sector, el comportamiento y gustos del consumidor, el alcance de las campañas ya realizadas, etc.

2. OBJETO

El objeto del contrato es la contratación de un estudio de mercado del sector de la aceituna española en India para la obtención de conclusiones de interés para la internacionalización de las empresas andaluzas del sector de la aceituna en la India, de tal forma que pueda servir tanto a intereses individuales como generales del sector. En este último caso, en concreto para avanzar en la actualización de la estrategia de comunicación.

3. LUGAR DE EJECUCIÓN

El lugar de ejecución para la realización del estudio se llevará a cabo en las instalaciones de la empresa adjudicataria.

Las reuniones y presentaciones relacionadas con el lanzamiento del proyecto y seguimiento de la ejecución del mismo se llevarán a cabo en las instalaciones de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, sita en Calle Marie Curie, 5 Isla de la Cartuja, Sevilla.

4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La empresa seleccionada deberá llevar a cabo una obtención de datos, explotación, análisis, evaluación y conclusiones de **la oferta y de la demanda** del sector de la aceituna en la India, proporcionando una descripción en detalle de las claves para la internacionalización de las empresas del sector de Andalucía y una evaluación de las campañas promocionales. Todo ello, que permita elaborar una propuesta de mejora de las acciones promocionales ajustada a la nueva realidad.

Para ello, sería necesario la obtención del siguiente nivel de información, para su explotación, análisis, evaluación y conclusión sobre:

1. Análisis de la oferta.

   1.1. Importaciones de aceitunas españolas y de otros orígenes en el país y cuota de mercado.
   1.2. Canales que comercializan aceituna de mesa y peso de cada uno en el conjunto. Análisis retail y food service, y peso de cada canal. Con detalle de la penetración de la aceituna española en las Kiranas frente a la gran distribución.
   1.3. Tipología de aceitunas comercializadas y peso de cada una en el conjunto.
   1.4. Tipología de marcas privada/blanca y peso de cada una en el conjunto.
   1.5. Tipología de formatos y presentaciones y peso de cada una en el conjunto.
   1.6. Ubicación del producto en los puntos de venta.
   1.7. Análisis de precios.
   1.8. Empresas/marcas españolas presentes en el mercado.
   1.9. Productos competidores: aceitunas de otra procedencia y productos sustitutivos. Grado de penetración de estos productos en el país y principales áreas/núcleos de población donde se posicionan.
   1.10. DAFO e información práctica de interés.

2. Análisis del consumo de la aceituna de mesa según las diferentes clases sociales, identificando para cada una lo siguientes aspectos:

   2.1. Perfil sociográfico y sociodemográfico del consumidor
   2.2. Áreas/zonas principales de consumo.
   2.3. Hábitos de consumo.
   2.4. Percepción del producto.
   2.5. Factores de compra.
   2.6. Identificación de otros aspectos claves: género, étnicos, culturales, salud/nutrición, económicos.

2.7. Identificación de barreras para el consumo del producto: desconocimiento, sabor, acceso al producto, consumo de sustitutivos, precio, etc.
2.8. Tendencias gastronómicas que puedan ser de interés
2.9. Imagen de la aceituna de mesa en el mercado Indio.
2.10. DAFO e información práctica de interés.

NOTA: El análisis se centrará en las 8 principales capitales del país: Nueva Delhi, Mumbai, Ahmedabad, Bangalore, Hyderabad, Chennai, Calcuta y Pune. Hay que hacer especial hincapié en Delhi y Mumbai por ser foco principal de consumo y donde se concentran el mayor volumen de consumidores.

3. Evaluación de las campañas promocionales.

3.1. Análisis de las campañas de promoción realizadas por EXTENDA-INTERACEITUNA en la India en 2014, 2015, 2016 y 2017
3.2. Detección del impacto de estas campañas en HORECA, retail y foodservice:
3.2.1. Mensajes recordados.
3.2.2. Valoración de los prescriptores utilizados.
3.2.3. Asociación entre el producto, aceitunas y su origen español.
3.2.4. Incentivo para cocinar con ellas e incluirlas en la cesta de la compra.
3.3. Benchmarking de otras campañas de promoción de aceitunas/sustitutivos en India.
3.4. Recomendación de acciones promocionales para campañas futuras.

NOTA:

Los mensajes propuestos han sido originales y se han centrado en las Aceitunas de España y han estado basados en los conceptos de nutrición, versatilidad, dieta mediterránea, tipos de aceituna, liderazgo mundial de España en el sector, historia y tradición. Centrados en actividades de comunicación, plan de medios impresos, actividades online y otras que la agencia pudiese considerar

de interés. Todas las propuestas han contado con un Embajador relacionado con la dieta Mediterránea.

El objetivo de las campañas ha sido incrementar el consumo de aceitunas españolas en el mercado indio. Consisten en campañas genéricas de "Aceitunas de España" y va dirigida por un lado al consumidor final y por otro lado al sector profesional (compradores, mayoristas, minoristas y sectores HORECA).

De las actividades promocionales ejecutadas desde 2014 destacan:

Promociones punto de venta en supermercados: Años 2014 y 2015 en las cadenas de supermercados **Big Bazaar, Spencer´s, Spar o Hypercity** ubicados en las principales ciudades del país: Bombay, Delhi, Guarguon, Calcuta o Bangalore, entre otras. El punto de venta ha permitido la degustación de aceitunas españolas, distribución de folletos informativos, regalos promocionales (salvamanteles, bolsas), materiales decorativos, etc. Esta actividad siempre ha ido acompañada de eventos de lanzamiento en supermercados en los que el chef Saby, embajador de las Aceitunas de España desde 2014, elaboraba recetas ante los medios de comunicación invitados.

• **Promoción punto de venta en mercado tradicional**: durante estos dos años de campaña, también se han llevado a cabo PPV en pequeños comercios o *kiranas* que aglutinan casi un 92% del comercio de distribución en la India. En concreto, estas PPV se han centrado en la ciudad de Delhi y en ellas, un promotor ofrecía degustaciones de aceitunas así como regalos a los consumidores.

• **Actividades de comunicación y RRPP**, tales como elaboración y envío de notas de prensa, asistencia a ferias o eventos gastronómicos como Annapoorna, Palate Food Festival y Uppercrust.

• **Actividades online:** mantenimiento de la web http://www.olivesfromspain.in/, del perfil corporativo en Facebook, que cuenta con más de 210.000 seguidores, e Instagram con más de 3.500 seguidores. Ambas redes son plataformas para dar información y lanzar concursos relacionados con nuestra

campaña. La publicidad online se ha llevado a cabo a través de ambiciosas campañas en Google Adwords y Facebook Ads.

• **Publicidad tradicional:** Inserción de publicidad en revistas dirigidas al público consumidor y al profesional: Femina, Spice, Saheli, Readers Digest, UpperCrust, Progressive Grocer, Food and Beverage Business Review, etc.

• **Publicidad en cines:** Se ha rodado un spot para su emisión en cines ya que es una de las actividades de ocio más populares en el país.

4. Conclusiones y recomendaciones

El servicio prestado ha de concretarse en los siguientes entregables:

- Entregable intermedio:
    - Borrador "Estudio de mercado del sector de la aceituna española en la India 2018".
- Entregables finales:
    - Documento "Estudio de mercado del sector de la aceituna española en la India 2018".
    - Resumen ejecutivo del Estudio.
    - Ficha resumen con las distintas magnitudes de la oferta y la demanda.
    - Ficha resumen con los resultados del análisis comparativo y evaluación de las distintas campañas realizadas en la India (EXTENDA y otras).
    - Presentación audiovisual.
    - Informe de ejecución del trabajo desarrollado.
    - Todos los documentos resultantes del trabajo desarrollado.

5. PRECIO DEL CONTRATO

El presupuesto máximo de licitación y valor estimado del contrato asciende a 37.000 € (Treinta y siete mil euros). La valoración económica está expresada en euros, es máxima, e incluye la totalidad de los conceptos devengables, excluido el Impuesto sobre el Valor Añadido.

El presupuesto a presentar por la empresa licitadora será detallado, desglosando los diferentes conceptos de costes para la ejecución del proyecto.

La periodicidad de la facturación está vinculada a la entrega de documentos intermedios y finales:

- 30% a la entrega del primer borrador.
- 70% a la entrega de los documentos finales y aprobados.

El pago de las facturas se efectuará en el plazo de 30 días a contar desde la entrada de las mismas en el Registro de EXTENDA, debiendo ser repercutido como partida independiente el Impuesto sobre el Valor Añadido, calculado conforme de la ley vigente.

Las facturas deberán indicar el número de expediente de contratación, así como el número de acción que le sea suministrado por Extenda.

El importe de este contrato estará cofinanciado con fondos procedentes de la Unión Europea, con cargo al Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020, dotado con una contribución comunitaria del 80%.

6. PLAZO DE EJECUCIÓN

La ejecución se llevará a cabo de manera acorde al cronograma de trabajo presentado y cumpliendo el plazo de 4 meses en su ejecución.

Podrán aplicarse penalizaciones, según lo establecido en el apartado 4.4 del Pliego de Cláusulas Particulares, por cada día de retraso en la entrega del documento final y finalización del contrato sin que pueda retrasarse la entrega más allá de los 5 meses, conllevando en este caso la resolución del contrato por incumplimiento del mismo.

La fecha de inicio de los trabajos será la indicada en el contrato.

7. CONFIDENCIALIDAD

La información que Extenda cederá a la empresa adjudicataria para poder acometer la prestación del servicio objeto de la presente licitación, consiste en un fichero de datos con finalidad estadística, prevista en el Programa Estadístico y Cartográfico 2017 que desarrolla el Plan Estadístico y Cartográfico 2013-2017, aprobado mediante Ley 3/2013, de 24 de julio, y que tiene la consideración de estadística oficial, siendo el responsable del fichero EXTENDA.

Los datos que serán cedidos, en virtud de lo previsto en el artículo 25.2 de la Ley 4/1989, se encuentran protegidos por el secreto estadístico en los términos establecidos en los artículos 9 a 13 y 25 de la citada Ley 4/1989, de 12 de diciembre, de Estadística de la Comunidad Autónoma de Andalucía y el resto de normativa vigente en esta materia que le es aplicable.

La empresa adjudicataria se deberá comprometer a:

1. Utilizar los datos cedidos única y exclusivamente para la finalidad estadística prevista en este contrato y en las condiciones establecidas en el artículo 25.2 de la Ley 4/1989, de 12 de diciembre.

2. Guardar el debido secreto y confidencialidad sobre los datos cedidos, y adoptar las medidas de seguridad correspondientes, de acuerdo con lo establecido en la Ley 4/1989, de 12 de diciembre y la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y su Reglamento de desarrollo, aprobado mediante Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre.

3. Que toda persona que vaya a ser autorizada por ese órgano para intervenir en el tratamiento de los datos cedidos, deberá estar previamente inscrita en el Registro General de Agentes Estadísticos de Andalucía regulado en el Decreto 345/2011, de 22 de noviembre. La relación de estas personas deberá indicarse en la solicitud de transmisión de ficheros de datos. Deberá comunicarse al organismo cedente, cualquier cambio que se produzca en lo relativo a las personas que realizan el tratamiento de datos.

4. Los soportes originales con los datos cedidos, serán guardados en un lugar adecuado y se tomarán todas las medidas de seguridad, tanto de índole técnica como organizativas necesarias para garantizar la confidencialidad de los datos de nivel básico establecidos en los artículos 89 a 94 del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de Protección de Datos de Carácter Personal.

5. La información que se difunda a partir de la información cedida será siempre suficientemente tratada o agregada para preservar el secreto estadístico y se tomarán las medidas técnicas oportunas para evitar el riesgo de identificación individual al que alude el art. 11.2 de la Ley 4/1989, de 12 de diciembre.

6. Una vez finalizadas las tareas relacionadas con la información transmitida, se destruirán los ficheros de datos entregados y cualquier otra reproducción parcial o total de estos, sea cual sea el soporte material, comunicando por escrito este hecho al organismo cedente

7. Cualquier incidencia o incumplimiento que se pueda producir en relación con las obligaciones anteriores será comunicado inmediatamente a EXTENDA.