

# CONVOCATORIA PARA LA SELECCIÓN DE LA AGENCIA DE MEDICIÓN DE RESULTADOS PARA EL DESARROLLO DEL POST TEST DE LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN SIMPLE DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE LA UNIÓN EUROPEA

*D.O. CAVA y Jamón Consorcio Serrano - EE. UU.*

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida “Cava” es una corporación de derecho público creada por la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico, con personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines públicos y privados y el ejercicio de las potestades y funciones que tenga atribuidas de acuerdo con la ley. Tiene entre sus funciones promocionar el cava y mejorar su presencia en los mercados internacionales.

El Consorcio del Jamón Serrano Español es una asociación sin fines de lucro, creada en 1990, con el objetivo de construir la imagen de calidad del jamón serrano de origen español para su comercialización en los mercados de todo el mundo.

El objetivo general de este programa es mejorar la competitividad del sector agrícola de la Unión Europea, incrementando el conocimiento y reconocimiento de la calidad, el sabor, la tradición y las virtudes de los productos agrícolas de la Unión Europea en general, y del Cava D.O.P. y el Jamón Consorcio Serrano, en particular, elaborados en España siguiendo métodos tradicionales, y aumentar el consumo de estos alimentos procedentes de la Unión Europea en Estados Unidos, divulgando en este país los beneficios y la calidad y seguridad alimentaria de los alimentos europeos.

Esta propuesta ha sido desarrollada en el marco de un programa simple, respondiendo al topic 7, destinado a destacar las especificidades de los métodos de producción agrícola de la Unión, en particular en términos de seguridad de los alimentos, trazabilidad, autenticidad, aspectos nutricionales y sanitarios, así como las características de los productos agrícolas y alimenticios, sobre todo en términos de calidad, sabor, diversidad o tradiciones, en el mercado estadounidense, por ser un mercado de importancia estratégica para ambas entidades proponentes.

El objetivo específico de este programa es incrementar el conocimiento y reconocimiento del Cava D.O.P y el Jamón del Consorcio Serrano entre los consumidores estadounidenses, mejorar su valoración respecto de los alimentos europeos, sus métodos de elaboración, su calidad y seguridad alimentaria, y generar así, mayor preferencia de consumo.

El resultado esperado es aumentar los niveles de reconocimiento e interés sobre estos productos en el mercado estadounidense, aumentando su presencia en los puntos de venta y en la restauración, fomentando así un mayor consumo de estos productos europeos.

Por su parte, el objetivo del presente pliego es la selección de la agencia de medición que mida los resultados alcanzados por la campaña de promoción de Vino espumoso con el sello de calidad europeo de la D.O.P. Cava, y Jamón Serrano amparado y certificado por el Consorcio del Jamón Serrano Español (Consorcio Serrano) en EE. UU.

La selección se desarrollará bajo procedimientos competitivos y cumpliendo el principio de no discriminación. Para ello se garantizará una adecuada publicidad, concurrencia, igualdad de trato, transparencia, así como la ausencia de conflictos de interés. La oferta seleccionada será la económicamente más ventajosa o la oferta de mejor relación calidad/precio. En este último caso se detallarán los motivos de dicha elección. Por todo esto se procede a lanzar la siguiente convocatoria.

## CONVOCATORIA

### Licitador:

Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida "Cava"  
Av./ Tarragona, 24, 08720 VILAFRANCA DEL PENEDÉS (Barcelona)

### Objetivo Principal:

Hacer la selección de la empresa que será la encargada de la actividad Evaluación de Resultados y con este fin, se inicia ahora un proceso de selección, convocando a aquellas empresas de investigación de mercados interesadas en su participación con la presentación de una oferta siguiendo las indicaciones del briefing para programas de promoción en terceros países previsto por la Denominación de Origen, concretamente, los programas de información y de promoción destinados a fomentar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión, tal y como se definen en el artículo 5, apartado 4, del reglamento (UE nº 1144/2014).

El proyecto de promoción completo se entregará a la empresa o empresas que resulten ganadoras del concurso.

El estudio de evaluación se dividirá en 3 mediciones anuales:

- Año 2024 – Evaluación año 1
- Año 2025 – Evaluación año 2
- Año 2026 – Evaluación año 3

Después de cada evaluación se identificará si hay que introducir alguna medida correctora o de mejora, para así poder determinar el correcto funcionamiento de las acciones.

El cuestionario contendrá preguntas cerradas y no excederá los 3 minutos de duración máxima. Metodología CAPI (Computer-assisted personal interviewing) y PAPI (Paper and Pencil Interview) según proceda.

Personal contratado por la agencia se encargará de la captación de los entrevistados, así como de facilitar la cumplimentación del cuestionario.

El número de entrevistas completas por año dependerá del número de asistentes a cada acción y de la tasa de participación a la entrevista. Se estima entre 100 y 150 entrevistas completas por año (años 1 y 2) y entre 30 y 70 para el año 3.

Las entrevistas se realizarán justo después de la consecución de las acciones. De esta manera, el intervalo de tiempo entre la implementación de las acciones y la evaluación de estas será mínimo.

Las acciones a evaluar son:

- Masterclass: años 1, 2 y 3
- Evento presentación: año 1

### Período:

Tres años (2024/2025/2026).

### Ámbito de la campaña:

Estados Unidos.

### Públicos Objetivos:

#### B2C

- Consumidores entre 25 a 55 años, tanto hombres como mujeres. Residentes en EEUU con poder adquisitivo medio alto y alto.
- Foodies y aficionados a las experiencias gastronómicas sofisticadas. Personas con interés en la gastronomía y el maridaje.
- Personas socialmente activas.

#### B2B

- Profesionales de la restauración que puedan influir en la elección del vino tanto para la carta como para el maridaje (maître, chef, sommelier, bartenders, etc).
- Profesionales del Retail que en algún momento de su trayectoria hayan experimentado con estos productos.
- Prescriptores de alimentación y bebidas gourmet, y experiencias gastronómicas (bloggers, periodistas, influencers, críticos).

### Condiciones de licitación:

Evaluar en qué medida la intervención de la D.O. CAVA y Jamón Consorcio Serrano contribuye a aumentar la conciencia de los consumidores y, a largo plazo, tener un impacto en su comportamiento. Por tanto, la evaluación externa analizará los efectos de la Acción, respondiendo en qué medida y por qué el programa produce, o no produce resultados y si se han cumplido los indicadores marcados por cada actividad.

El impacto final esperado consiste en aumentar la competitividad y el consumo de los productos agroalimentarios de la Unión, D.O. CAVA y Jamón Consorcio Serrano, mejorar su visibilidad e incrementar su cuota de mercado en EE. UU.

### Presupuesto Máximo:

Año 1: 14.100,00€

Año 2: 9.445,00€

Año 3: 9.445,00€

Nota: este presupuesto no incluye impuestos indirectos, IVA

### Objetivos de la medición:

La investigación abordará los siguientes objetivos específicos:

1. Medir el impacto del Programa en la sensibilización del público objetivo hacia productos agrícolas de la Unión europea, analizando el grado en el que las acciones mejoran la visualización, comprensión e interiorización de las bondades de estos productos agrícolas de la Unión Europea y de los elevados estándares de calidad que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.
2. Valoración de la eficacia de las acciones de comunicación para determinar si comunica y transmite los mensajes del Programa.

### Los indicadores de impacto que se medirán serán los siguientes:

OBJETIVO DEL PROGRAMA	OBJETIVO ESPECÍFICO (SMART)	FUENTE
Aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas de la Unión europea y los elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.	<b>Aumentar un 5%</b> el número de personas profesionales de la restauración o la distribución alimentaria que hayan adquirido nuevos conocimientos sobre las bondades de consumir alimentos procedentes de la Unión Europea, sus métodos de producción, su calidad y seguridad alimentaria, como consecuencia de nuestras acciones, en aquellos Estados de Estados Unidos donde se hayan llevado a cabo al final del año 3 del programa.	Estudio de mercado adhoc (post test)
Promover la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la Unión Europea y determinados productos alimentarios, y mejorar su visibilidad fuera de la Unión Europea.	<b>Incrementar, de media, un 5% anual</b> el volumen total de consumo de <b>Cava DOP</b> y un <b>11,5% anual</b> (de media) el volumen de consumo de <b>Jamón Consorcio Serrano</b> en Estados Unidos, durante los 3 años de programa, siguiendo la progresión establecida en el punto 3.1 de indicadores de impacto, obteniendo un diferencial total, frente al volumen proyectado como hipótesis de referencia sin campaña, durante los tres años de programa de un 2,96% en Cava DOP y de un 32% en el caso del Jamón Consorcio Serrano.	Datos de exportación a EEUU de las entidades
Aumentar la cuota de mercado de los productos agrícolas y de determinados productos alimentarios de la Unión Europea, prestando especial atención a los mercados de terceros países con mayor potencial de crecimiento.	<b>Incrementar al menos un 0,6%, hasta llegar a un 6%</b> la cuota de mercado en volumen de <b>Cava DOP</b> sobre el total de vinos espumosos consumidos en EEUU, y <b>al menos dos décimas, hasta llegar al 0,8%</b> la cuota en volumen del <b>Jamón Consorcio Serrano</b> , sobre el total de jamones y paletas curados importados por EEUU al final del año 3 del programa	Datos de exportación a EEUU de las entidades y datos de comercio internacional de TradeMap

frente a los valores actuales (5,4% para Cava DOP y 0,6% en Jamón Consorcio Serrano).	
---	--

### **A. Fase de Selección**

Las solicitudes deberán enviarse por correo electrónico a: Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida “Cava”: programa.erea.usa@cava.wine, a la atención de Judith Manero.

Las candidaturas deberán llevar la mención: “Candidatura agencia medición para Campaña Europea de la D.O. CAVA y Jamón Consorcio Serrano en EE. UU.” La agencia debe asegurar que su solicitud se entregue con éxito antes de la fecha de cierre para su aceptación.

Fecha y lugar límite para la presentación de candidaturas: 23 de mayo vía email a la dirección: programa.erea.usa@cava.wine, hasta las 14:00 horas. Cualquier solicitud recibida después de esta fecha no será tomada en cuenta por el licitador.

Los responsables de la D.O. CAVA se reunirán para valorar cada una de las solicitudes recibidas y el cumplimiento de los criterios de selección publicados en esta convocatoria.

D.O. CAVA publicará en su web [www.cava.wine](http://www.cava.wine) así como en la web del MAPA mediante un enlace a la web del organismo proponente, los resultados de esta fase de selección/exclusión y comunicará a cada agencia participante, el resultado de la fase de selección el 24 de mayo.

### **Criterios de Selección/Exclusión**

Los organismos de medición deberán acreditar no estar incurso en algunos de los criterios de exclusión del artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. Para ello deber acreditar:

- Estar al corriente de las obligaciones tributarias mediante certificado de la Administración Pública correspondiente.
- Estar al corriente de la Seguridad Social mediante certificado de la Seguridad Social correspondiente.
- Una carta de solicitud fechada y firmada que acepta las condiciones de licitación descritas anteriormente, en su defecto deben enviar la citada aceptación desde un correo electrónico corporativo.
- Una declaración jurada debidamente fechada y firmada por el solicitante en la que se declare cualquier posible conflicto de intereses derivado de los trabajos realizados en el sector vitivinícola y cárnico, en cualquiera de los mercados cubiertos por la campaña.
- Una declaración jurada que atestigüe la ausencia de conflicto de intereses con el Consejo Regulador de la DO CAVA y Jamón Consorcio Serrano.

### **Capacidad Técnica y Financiera**

Los organismos de medición deberán acreditar:

- Capacidad financiera, considerando al menos las cuentas anuales correspondientes al último ejercicio financiero.
- Medios humanos, técnicos y materiales, así como infraestructura propia en el país destino de las acciones, que pone al servicio del proyecto para garantizar la correcta planificación, medición y evaluación de cada programa.
- Experiencia en la evaluación de programas europeos, específicamente en terceros países (nivel internacional), dentro de la línea en la que se encuadra el proyecto y de la categoría de los productos objeto del Programa.

### **B. Fase de Adjudicación**

Los proyectos de los organismos que han pasado a esta fase deberán enviarse por correo electrónico a: Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida “Cava”: programa.erea.usa@cava.wine, a la atención de Judith Manero.

Los proyectos deberán llevar la mención: "Proyecto agencia medición para Campaña Europea de la D.O. CAVA y Jamón Consorcio Serrano en EE. UU.". La agencia debe asegurar que su solicitud se entregue con éxito antes de la fecha de cierre para su aceptación.

Fecha y lugar límite para la presentación del proyecto: 8 de junio vía email a la dirección: programa.erea.usa@cava.wine hasta las 14:00 horas.

Cualquier solicitud recibida después de esta fecha no será tomada en cuenta por el licitador.

Los responsables de la D.O. CAVA se reunirán para valorar cada una de las propuestas recibidas y valorar con los criterios de adjudicación publicados en esta convocatoria.

La fase de adjudicación evaluará la calidad de las propuestas o proyectos técnicos presentados por los organismos de medición. Los criterios utilizados para esta fase serán los siguientes:

**Grado de cumplimiento de los objetivos marcados y adecuación a la normativa que regula el programa (20 puntos).**

**Calidad técnica del proyecto (40 puntos).** Se valorarán aspectos como:

- Coherencia global de la propuesta: técnicas propuestas, tamaño de la muestra, número de estudios intermedios, públicos objetivos.
- Calidad de los métodos de medición.
- Presentación de informes y resultados.
- Mejoras introducidas sobre los mínimos marcados en el Briefing.
- Equipos humanos y técnicos dedicados al proyecto.
- Infraestructura propia en el país destino de las acciones.

**Relación coste – efectividad (30 puntos).** Se valorarán aspectos como:

- Detalle presupuestario de la propuesta.
- Equilibrio entre la evaluación a desarrollar y su presupuesto.

la D.O. CAVA publicará, el 12 de junio en su web [www.cava.wine](http://www.cava.wine) la agencia ganadora de esta Convocatoria y comunicará a cada agencia participante, el resultado de dicha convocatoria.

**Resumen del proceso de selección:**

		Fecha
FASE DE SELECCIÓN	Publicación convocatoria del concurso	25 de abril
	Fecha límite para la presentación de candidaturas	25 de mayo
	Comunicación de resultados de las candidaturas seleccionadas	27 de mayo
FASE DE ADJUDICACIÓN	Recepción de propuesta económica y técnica	11 de junio
	Comunicación de la agencia de medición ganadora	14 de junio

**Información Complementaria:**

<b>ACTIVIDADES:</b>
<b>2. RELACIONES PUBLICAS</b>
<b>2.1 Actividades permanentes de relaciones públicas (Oficina de relaciones públicas)</b>
Oficina de prensa y relaciones públicas permanente.
<b>Eventos para la prensa</b>
Eventos de presentación

Viaje de prensa para periodistas años 1 y 2
Acuerdo con influencers/embajadores.
<b>3. SITIO WEB, MEDIOS SOCIALES</b>
<b>3.1 Creación sitio web, actualización y mantenimiento</b>
Diseño y creación página WEB y actualizaciones
<b>4. PUBLICIDAD</b>
<b>4.1 Prensa</b>
Compra, gestión y planificación en revista gastronómica
<b>5. INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN</b>
<b>5.1 Publicaciones, dossier de prensa, artículos de promoción</b>
Dossier de LOOK&FEEL y pieza master
Diseño y adaptaciones materiales de campaña para las diferentes acciones del plan
<b>6. ACTOS</b>
<b>6.1 Stands en ferias comerciales</b>
Participación en 1 feria año 1 y 2 ferias año 2 y 3.
<b>6.2 Seminarios, talleres, reuniones empresa a empresa, formación de comercio o para cocineros, actividades en escuelas</b>
Realización de 4 masterclass presenciales u online al año
Participación en una masterclass/taller en una feria HORECA
<b>6.3 Semanas en restaurantes</b>
Realización "Take a Spanish moment" con restaurantes
<b>7. PROMOCIÓN DE PUNTO DE VENTA</b>
<b>7.1 Días de prueba</b>
Tasting days en 11 establecimientos

**Para más consultas:**  
programa.erea.usa@cava.wine