



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE PEZ ESPADA Y TINTORERA

1. OBJETO DE LA LICITACIÓN

Las entidades promotoras del proyecto FIP BLUES sacan a concurso público la contratación del diseño de imagen y ejecución de una campaña de promoción de pez espada y tintorera, actividad enmarcada dentro de los planes de producción y comercialización cofinanciadas por FEMP y Xunta de Galicia y MAPA.

La tintorera es una especie desconocida o poco consumida en la mayoría del territorio nacional a excepción de algunas zonas del Mediterráneo. En cuanto al pez espada, aunque ha sido un producto siempre muy apreciado, actualmente y debido en parte al desprestigio ocasionado con la desinformación sobre los problemas con el contenido en mercurio que llega al consumidor final, su consumo nacional ha bajado.

Es por ello por lo que se cree necesaria la realización de una campaña de promoción a nivel nacional donde se informe adecuadamente sobre los beneficios que estas dos especies aportan a una dieta saludable, haciendo frente así a la percepción negativa que actualmente pueda tener el consumidor en cuanto a pez espada, y al desconocimiento en el caso de la tintorera.

CONSUMIDOR FINAL: se quiere que el consumidor demande los productos promocionados, pez espada y tintorera, en sus puntos de venta (mercados tradicionales, pescaderías, supermercados) y en su tiempo de ocio (restaurantes). Para ello, la campaña centrará sus esfuerzos en poner en valor los beneficios de los productos en una dieta saludable.

Las tareas a desarrollar para el desarrollo de la campaña serán las siguientes:



1. Establecimiento de la situación de partida: se tendrán en cuenta puntos de interés para la campaña:
 - a) Consumo y mercados actuales del pez espada y de la tintorera.
 - b) Hábitos de consumo de pescado entre los diferentes grupos de población.
 - c) Ejemplos de campañas de éxito de consumo de pescado sobre estas especies y otras afines a tener en cuenta.
 - d) Análisis de las campañas de desprestigio a neutralizar: mercurio, sostenibilidad tiburones, ...

2. Servicio de gabinete de comunicación:
 - a) Creación de relato.
 - b) Trabajar la CREDIBILIDAD, REPUTACIÓN Y CONOCIMIENTO de nuestro proyecto.
 - c) Generar contenido para cada una de las OPP's participantes y coordinación entre las mismas: las webs y medios propios de cada OPP y la web y RRSS de FIPBLUES.
 - d) Llegar a medios de comunicación del sector, pero también generalistas.

3. Diseño de la campaña de promoción en base a los siguientes aspectos fundamentales:
 - a) IDONEIDAD: Son productos en los que el consumidor encuentra lo que busca.
 - b) UNICIDAD: La campaña debe diferenciarse de otras.
 - c) RESPETO: La credibilidad de lo que se dice debe ser base para convencer al consumidor.

4. Desarrollo de la campaña: en base a lo anteriormente descrito se desarrollará una campaña centrada en las siguientes estrategias:
 - a) Difusión en medios de comunicación: PRENSA, RADIO o TV.
 - b) Interacción en RRSS.

Para ello se diseñará una imagen de campaña y material gráfico y audiovisual para cada una de las estrategias identificadas.



5. PLAZO DE EJECUCIÓN

Los trabajos objeto de contratación se desarrollarán durante el segundo semestre de 2021, estableciéndose como fecha fin el 31 de diciembre de 2021.

No cabe la posibilidad de prórroga del contrato.

6. EQUIPO TÉCNICO ADSCRITO AL SERVICIO

El licitante deberá indicar el personal técnico participante en el contrato, indicando formación, experiencia profesional. Se valorará la experiencia en diseño y ejecución de campañas de promoción, especialmente en el sector de la pesca y acuicultura.

7. DOCUMENTOS A PRESENTAR

La oferta remitida deberá contemplar el detalle de los servicios a realizar, el equipo técnico adscrito al proyecto, así como la oferta económica.