

Briefing para seleccionar a una entidad que evalúe los objetivos marcados en el programa simple REA: SUSTAINABILITY FRIENDLY EUROPEAN DAIRY PROGRAMME

Febrero 2022

ORGANIZACIÓN
INTERPROFESIONAL LÁCTEA



inLac'

ÍNDICE

1. ORGANISMO PROPONENTE.....	2
2. CAMPAÑAS DE INLAC.....	2
2.1. SUSTAINABILITY FRIENDLY EUROPEAN DIARY PROGRAMME.....	3
3. OBJETIVO.....	5
4. CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	7
5. CRITERIOS DE SELECCIÓN.....	8
6. PRESUPUESTO.....	9
7. TIMING.....	9

1. ORGANISMO PROPONENTE

La Organización Interprofesional Láctea, InLac, es la interprofesional que engloba a todo el sector lácteo y representa los intereses comunes en los tres sectores: vaca, oveja y cabra; diseñando, acordando e implantando medidas vinculantes dirigidas hacia su vertebración y estabilidad sectorial.

El sector lácteo español es un sector potente y estratégico para la economía y la vertebración del medio rural. La cadena de producción, transformación y comercialización del sector lácteo factura en torno a 13.000 millones de euros al año y genera más de 60.000 empleos directos. Las industrias lácteas suponen más de 9.500 millones de euros al año de volumen de negocio y emplean a más de 30.000 personas.

InLac representa a un sector comprometido con el medio ambiente, el bienestar animal, la lucha contra el despoblamiento rural, etc. Un sector que pone a disposición de los consumidores, leche y productos lácteos de excelente calidad y de elevadas propiedades nutricionales, que apuesta por unas prácticas dietéticas adecuadas y unos hábitos saludables relacionados con la actividad física y el deporte.

2. CAMPAÑAS DE INLAC

[InLac](#) está inmersa en campañas de promoción y comunicación que tienen por objeto poner en valor la leche y los productos lácteos de origen nacional, destacando sus propiedades nutricionales y saludables.

Y bajo estas premisas, InLac ha participado en dos programas simples cofinanciados por la Unión Europea:

- Programa n.º 734451 “PROGRAMME ON PROMOTING MILK AND DAIRY PRODUCTS IN THE FRAMEWORK OF GOOD DIETARY PRACTICES” (**Di si al menos a 3 Lácteos al Día**) sobre promoción de la leche y los productos lácteos en el marco de unas prácticas dietéticas adecuadas. Comenzó en 2017 y tuvo una duración de 2 años y un presupuesto de 1,5 millones de euros.
- Programa n.º 824814 “THE EUROPEAN DAIRY GENERATION” ([Súmate a la Generación Láctea](#)) proyecto cuyo objetivo es incrementar el conocimiento sobre la leche y los productos lácteos; fomentar unas prácticas dietéticas adecuadas y unos hábitos saludables relacionados con la actividad física y el deporte. Comenzó en 2019, finalizó el 31 de enero de 2021 y contó con un presupuesto de 1,5 millones de euros.

En la actualidad se están desarrollando el proyecto **'3 Al Día'**, campaña nacional con un enfoque de promoción del producto español y de valorización del sector, y el proyecto **'Quesea'** cuyo objetivo es aumentar el consumo de queso español y dar a conocer los diferentes quesos nacionales, su calidad, variedad y propiedades nutricionales, creando una auténtica cultura quesera.

Además, desde InLac también se quiere destacar el compromiso del sector con el medio ambiente, el bienestar animal, la sostenibilidad, la lucha contra el despoblamiento rural, etc., y por ello InLac puso en marcha una campaña para la dignificación del sector lácteo, denominada **'El teléfono lácteo de InLac'**, que tenía como fin transmitir al consumidor la importancia del trabajo que realizan los ganaderas y ganaderos, veterinarias y veterinarios, transportistas, fabricantes...para poner en la mesa estos productos de gran calidad. En ese sentido y en vista de los buenos resultados que se han conseguido con estas campañas InLac solicitó, En mayo de 2021, a The European Research Executive Agency (REA) un programa simple en la línea de sostenibilidad del sector lácteo, que incluye la nutrición y las propiedades saludables de la leche y los productos lácteos y que contempla el desarrollo de acciones en España y en Bélgica. Este ambicioso programa que cuenta con un presupuesto de 2.250.000 € y tiene una duración de 3 años, ha sido concedido por la Comisión Europea y que se pondrá en marcha este año 2022.

2.1. SUSTAINABILITY FRIENDLY EUROPEAN DIARY PROGRAMME (EUfriendlyDAIRY)

Este proyecto nace con el objetivo de promocionar el sector lácteo europeo y la calidad de los productos de la UE, y de esta forma, se pone en marcha un programa centrado en la comunicación de la sostenibilidad para aumentar el número de menciones positivas de la leche y los productos lácteos en relación con la sostenibilidad ambiental, la sostenibilidad social y la sostenibilidad económica.

Las motivaciones para el lanzamiento de este proyecto son principalmente:

- La falta de conocimiento por parte de los consumidores.
- Necesidad de dignificación de la actividad ganadera.
- Sector asociado a las altas emisiones de gases de efecto invernadero.
- Disminución del consumo en los últimos años, aunque se aprecia un ligero incremento del consumo en los hogares.

El programa está en línea con las estrategias impulsadas por la UE "**Pacto Verde**" y "**De la granja a la mesa**". Y además con este proyecto se cubren 3 objetivos fundamentales para el sector:

- **OBJETIVO 1. CONCIENCIACIÓN:** Aumentar el grado de conocimiento que tienen los consumidores españoles y belgas sobre la producción sostenible de leche y productos lácteos, estableciendo el grado de impacto de los mismo sobre la decisión de compra. Para ello, es necesario activar los drivers de consumo para generar un entorno positivo al consumo a la leche y los productos lácteos sostenibles:

- ✓ Aportar calcio y vitaminas.
- ✓ Ser apropiados para el crecimiento de los niños.
- ✓ Ser necesarios en una alimentación sana y equilibrada.
- ✓ Ser productos de calidad y seguros.
- ✓ Ser sanos.

Es necesario ampliar los drivers con los motivacionales de sostenibilidad incluyendo:

- ✓ Importancia de la Sostenibilidad medioambiental.
- ✓ Importancia del respeto al Bienestar animal.
- ✓ Sostenibilidad social y económica.

- **OBJETIVO 2. COMUNICACIÓN:** Aumentar el número de menciones positivas hacia la leche y los productos lácteos en relación con la sostenibilidad medioambiental, sostenibilidad social y sostenibilidad económica. Luchando así contra los fake news, bulos y mala reputación online. Este objetivo debe medirse a través del Social Listening y el Keyword research.

Por todo ello esta campaña de comunicación se enfocará **principalmente a la sostenibilidad**, desde la estrategia hasta el claim de campaña (*haz que tu forma de vivir y alimentarte cuente*), así como las actividades (publicidad, eventos, relaciones públicas y herramientas de comunicación).

Teniendo en cuenta la situación de mercado, los objetivos marcados y la definición del target (especialmente la definición cualitativa), nos dirigimos a un consumidor con características nuevas, con nuevas metas y con nuevas formas de percibir el mundo que le rodea. Por tanto, uno de los objetivos será también **reforzar la relación con el consumo de tres lácteos al día y sus ventajas y valores nutricionales hablando de la sostenibilidad**. Ligar una actitud frente a la vida y llevar una alimentación sana y saludable al consumo sostenible de determinados productos los llamados: **FRIENDLY PRODUCT**.

El target al que se dirige este proyecto es un consumidor concienciado y con valores según el con el "Índice Tetra Pak 2019":

- ✓ Dos de cada tres personas creen que tienen la responsabilidad y el deber de evitar el desastre mundial al que nos encaminamos.
- ✓ 47% de los consumidores creen que sus compras tienen impacto en el medioambiente.
- ✓ 68% de los consumidores afirma estar cambiando su orientación para preservar el medio ambiente y las generaciones futuras.
- ✓ 22% consulta la información medioambiental de los productos que consumen.

Por eso, a través de esta campaña, se pretende trasladar a los consumidores todo lo que hay detrás del consumo lácteo europeo y concienciarles, ya que cuando consumen al menos tres lácteos al día, están apoyando una alimentación sana y equilibrada, apoyan a un sector comprometido con la sostenibilidad y el uso responsable de los recursos y que cuida el planeta y a los animales y están apoyando a una juventud que lucha por la igualdad de género y contribuyen a desarrollar empleo en zonas rurales.

En definitiva, esta campaña europea gira en torno al insight "Consume como piensas" dirigido a un consumidor consciente y valorado, preocupado por los alimentos que consume, el cuidado de los animales y el medio ambiente, que usa el transporte público y ecológico, que intenta utilizar el menor plástico posible, y por eso, vamos a ayudarles y apostar por opciones sostenibles y responsables. Vamos a concienciarles de que su consumo cuenta.

3. OBJETIVO

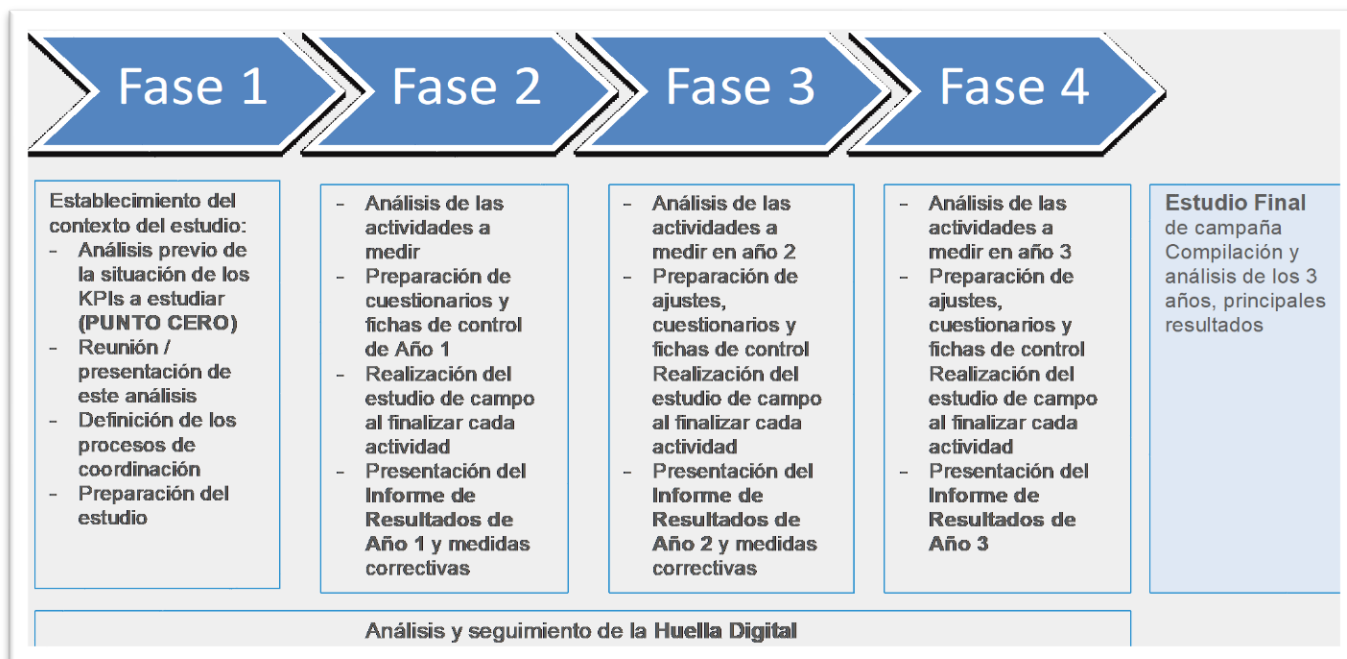
Evaluar el proyecto SUSTAINABILITY FRIENDLY EUROPEAN DIARY PROGRAMME incluyendo un estudio, creado específicamente para el seguimiento y medición de los resultados de esta campaña.

La evaluación del programa tendrá como objetivo medir el cumplimiento de los objetivos descritos en el apartado 2.1. Asimismo, el estudio medirá la imagen del producto y el cambio en la percepción de este, consumo y motivos de consumo, visibilidad, recuerdo y mensajes de campaña tanto en espontáneo como en sugerido.

Para el correcto cumplimiento de los objetivos marcados para el estudio, la empresa evaluadora realizará tanto análisis cualitativos como cuantitativos mediante principalmente entrevistas online a una muestra representativa de la población española y belga, así como entrevistas presenciales en los eventos físicos que se realicen durante el programa. También medirá de forma online el social listening de la leche y los productos lácteos durante la ejecución del programa para poder analizar el cumplimiento del objetivo 2.

Las fases del estudio son las que se muestran en la figura 1.

Figura 1. Fases del estudio.



Fuente: Elaboración propia.

Como puede apreciarse en la figura 1 el programa debe de contar con 4 informes de evaluación:

- ✓ Punto Cero: que servirá como base para el resto de los informes de evaluación y se realizará previo al inicio de las actividades de programa (aproximadamente mes 5).
- ✓ Resultados año 1: se presentarán a la finalización del año (aproximadamente mes 14).
- ✓ Resultados año 2: se presentarán a la finalización del año (aproximadamente mes 26).
- ✓ Resultados año 3 e informe final de resultados: se presentarán a la finalización del programa (aproximadamente mes 38).

Anualmente y para cada uno de los estudios se seguirán las siguientes etapas que se muestran en la figura 2.

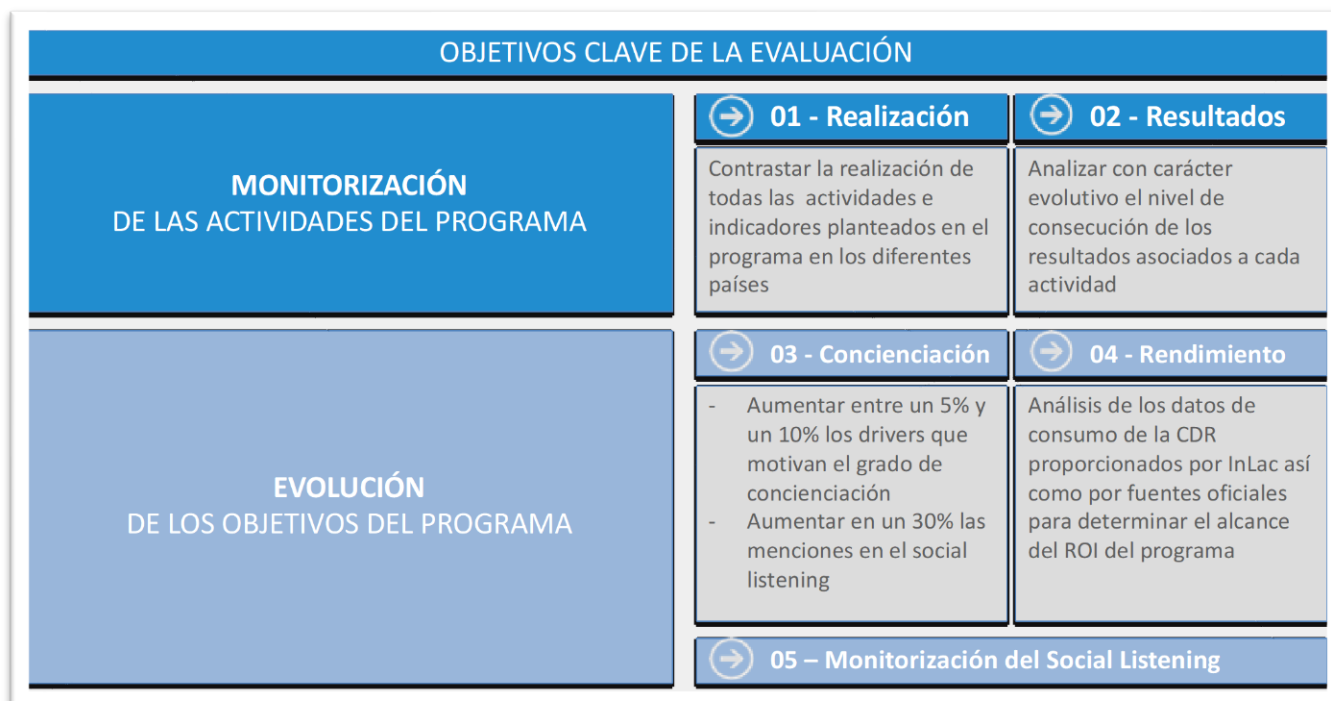
Figura 2. Etapas que debe de contemplar cada uno de los estudios.



Fuente: Elaboración propia.

Los objetivos de la investigación se estructurarán en torno a la consecución los diferentes KPI's que determinados en el programa y se evaluarán y revisarán anualmente incluyendo posibles medidas correctivas tanto para las actividades como para la medición. Estos objetivos quedarán establecidos al inicio del estudio, y aluden a los aspectos que se muestran en la figura 3.

Figura 3. Objetivos clave de la evaluación.



Fuente: Elaboración propia.

4. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

La propuesta debe constar de una descripción detallada del mecanismo de evaluación empleado analizando cuatro fases de estudio (Punto cero, Resultados año 1, Resultados año 2 y Resultados año 3). Y ha de medir el grado de cumplimiento de los siguientes aspectos contemplados en el programa:

- Medición del grado de cumplimiento de los objetivos marcados en la campaña:**
 - OBJETIVO 1: CONCIENCIACIÓN
 - OBJETIVO 2: COMUNICACIÓN.
- Medición del grado de notoriedad de las actividades desarrolladas a lo largo del programa.**
- Además, y con el fin de tener cubiertos todos los criterios que pide la UE, se deben abordar las siguientes cuestiones**
 - Nivel de reconocimiento de los logos de los sistemas de calidad europeos: [en %].

- Percepción de la calidad de los productos europeos: [en %].
- Incremento de la percepción de los valores intrínsecos / otros méritos de los productos agrícolas de la Unión: [en %].
- Aumento de la confianza del consumidor después de la implementación del programa: [en%].

5. CRITERIOS DE SELECCIÓN

InLac lanza una convocatoria abierta a todas las entidades interesadas en evaluar los resultados alcanzados en el programa simple REA: SUSTAINABILITY FRIENDLY EUROPEAN DIARY PROGRAMME. Este procedimiento de selección de la entidad que realizará dicha evaluación consta de dos fases:

- **Fase de exclusión y selección:** presentación y análisis de credenciales de los organismos de ejecución que deseen participar.
- **Fase de adjudicación:** Presentación y análisis de las propuestas de los organismos de evaluación que hayan superado la fase anterior, con el fin de escoger a una entidad de manera objetiva y que cumpla con todos los requisitos establecidos por InLac para la evaluación de dicho programa.

FASE DE EXCLUSIÓN Y SELECCIÓN

Los organismos de evaluación serán excluidos de participar en el proceso de selección si están 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**, por lo que deberán presentar una **declaración firmada** alegando el cumplimiento con el citado artículo. Deben de presentar también un **certificado que acredite que están al corriente de las obligaciones tributarias y de la Seguridad Social**.

Además, todas las entidades deben cumplir necesariamente los siguientes criterios:

- 1. Ausencia de conflicto de intereses** (económicos, de afinidad, familiares y/o de cualquier índole)- con Inlac y/o sus organizaciones miembro. Ha de presentarse una declaración firmada.
- 2. Solvencia financiera suficiente.**
- 3. Capacidad técnica u operativa.** Se exigirá un mínimo de experiencia en evaluación de programas y se tendrá en cuenta la disponibilidad de recursos humanos y técnicos suficientes con las cualificaciones profesionales adecuadas.

Estos criterios son excluyentes y es imprescindible que las agencias cumplan con todos simultáneamente. Las entidades deberán presentar toda la documentación **antes del 18 de marzo de 2022.**

El **equipo interno de InLac** (conformado por la directora gerente y dos técnicos) seleccionará, de acuerdo con los criterios establecidos, a las entidades que cumplan con dichos requisitos. El resultado de esta fase se comunicará por email a todos los participantes el día **21 de marzo de 2022** y se publicará en la web de InLac. Las entidades seleccionadas, pasarán a una segunda fase (**Fase de adjudicación**) en la que tendrán que presentar una propuesta que cumpla con todos los requisitos establecidos por InLac para la evaluación del programa simple REA: SUSTAINABILITY FRIENDLY EUROPEAN DIARY PROGRAMME.

FASE DE ADJUDICACIÓN

Las entidades seleccionadas tendrán un plazo de 2 semanas, es decir hasta el próximo **4 de abril de 2022** para la presentación de una propuesta.

Una vez finalizado el plazo las propuestas serán evaluadas por el **equipo de InLac** teniendo en cuenta los siguientes factores:

1. Precio relativo -value for money-.
2. Idoneidad (Ajuste a los objetivos recogidos en briefing).

Estos criterios se puntuarán del 1 al 10, siendo 10 la puntuación máxima.

El resultado de esta fase se comunicará a todos los participantes el **día 9 de abril de 2022** y se publicará en la web de InLac.

Las entidades descartadas **no recibirán ninguna contraprestación económica por la presentación de sus propuestas en el concurso.**

6. PRESUPUESTO

Presupuesto máximo del total del programa (tres años): 33.000 €, 11.000 €/año (este presupuesto no incluye impuestos indirectos, IVA).

7. TIMING

- **Publicación de la convocatoria y entrega del briefing: 17 de febrero de 2022.**
- **Presentación de credenciales:** Todas las entidades que quieran presentarse a esta convocatoria deberán justificar suficiente y fehacientemente los criterios establecidos en la fase de exclusión y selección. Las credenciales solicitadas deben enviarse a InLac

antes **del día 18 de marzo de 2022**, a través del correo electrónico o a la dirección de la sede social.

- Soporte electrónico a inlac@inlac.es.
- Sede social, situada en la Calle José Abascal 44. 1ª planta. 28003, Madrid.

No se tendrá en cuenta las credenciales que lleguen fuera de ese plazo.

- **Comunicación del resultado Fase de exclusión y selección: 21 de marzo de 2022.**
- **Presentación de las propuestas:** Las propuestas han de enviarse a InLac antes **del día 4 de abril de 2022**, a través del correo electrónico o a la dirección de la sede social.
 - Soporte electrónico a inlac@inlac.es.
 - Sede social, situada en la Calle José Abascal 44. 1ª planta. 28003, Madrid.

No se tendrá en cuenta ninguna propuesta que llegue fuera de ese plazo.

- **Comunicación del resultado Fase de adjudicación: 9 de abril de 2022.**