



Briefing para seleccionar a una entidad que evalúe los objetivos marcados en el programa simple REA: DISCOVER THE EUROPEAN CHEESTORIES WITH CHEESES FROM SPAIN

Enero 2023

**ORGANIZACIÓN
INTERPROFESIONAL LÁCTEA**

inLac'

ÍNDICE

1. ORGANISMO PROPONENTE.....	2
2. CAMPAÑAS DE INLAC.....	2
2.1. DISCOVER THE EUROPEAN CHEESTORIES WITH CHEESES FROM SPAIN.....	3
3. OBJETIVO.....	6
4. CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	7
5. CRITERIOS DE SELECCIÓN.....	8
6. PRESUPUESTO.....	9
7. TIMING.....	10

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 es un sector estratégico por su relevancia económica y su contribución al desarrollo y a la fijación de la población rural, así como por la inversión en bienes de equipo e I+D+i, además de por el desarrollo de sistemas de seguridad alimentaria, calidad y trazabilidad.

La estructura de nuestro sector es compleja y en ella se integran ganaderos y ganaderas, cooperativas e industrias y la distribución. Nuestra cadena de producción, transformación y comercialización 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. Disponemos de más de 1.500 centros autorizados para la recogida y transformación de leche y más de 600 industrias lácteas. Contamos con 19.800 ganaderos de los cuales 11.800 son de vaca, 3.200 ganaderos de oveja y 4.800 de cabras.

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 alimentos 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 alimentos lácteos de origen nacional, destacando sus propiedades nutricionales y saludables. Y en campañas que pretenden dar a conocer el compromiso que tienen el sector con el medio ambiente, el bienestar animal, la sostenibilidad, la lucha contra el despoblamiento rural, etc. En este sentido, InLac ha desarrollado en los últimos años tanto campañas con fondos propios como campañas cofinanciadas por la Unión Europea.

En cuanto a los programas que se han puesto en marcha con ayuda de la Unión Europea, en concreto los que se han solicitado a la convocatoria UE de información y de promoción relativas a productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países, cabe destacar los siguientes:

- Programa nº 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 nº 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 euros.
- Programa nº 101046103 “SUSTAINABILITY FRIENDLY EUROPEAN DAIRY PROGRAM” (**Cuenta con los productos lácteos europeos**) programa simple en la línea de sostenibilidad del sector lácteo, que incluye la nutrición y las propiedades saludables de la leche y los alimentos 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 € comenzó en marzo de 2022 y estará activo hasta febrero de 2024.

El pasado mes de abril se presentó una solicitud a dicha convocatoria con el fin de desarrollar un programa simple para la promoción de quesos españoles en EE. UU. El programa, titulado **DISCOVER THE EUROPEAN CHEESTORIES WITH CHEESES FROM SPAIN** y cuyo acrónimo es **EUROPEAN CHEESTORIES**, fue aprobado en octubre de 2022 y comenzará a ejecutarse en el año 2023. Se trata de la primera campaña que la interprofesional llevará a cabo fuera de la Unión Europea, tiene una duración de 3 años y un presupuesto de 2.261.809 €. En el siguiente apartado se describe el fin y los objetivos del programa.

2.1. DISCOVER THE EUROPEAN CHEESTORIES WITH CHEESES FROM SPAIN

Este proyecto nace con el fin de mejorar la competitividad de los quesos europeos en el mercado de EE. UU., poniendo en valor las características específicas de los métodos de producción agrícola en la Unión, en particular en términos de seguridad alimentaria, trazabilidad, autenticidad, etiquetado, aspectos nutricionales y sanitarios, bienestar de los animales, respeto del medio ambiente (incluidos los beneficios climáticos, como la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y/o el aumento de la absorción de carbono...), así como las características de los quesos europeos, en particular en términos de calidad, sabor, diversidad, variedad o respeto a los productos artesanales y a las tradiciones.

Estos aspectos suponen un valor y una característica diferenciales con respecto a otros quesos

procedentes de países que no pertenecen a la UE y **que ocupan cuotas de mercado en los EE. UU.** que podrían ser ocupadas por los quesos europeos. Es por ello por lo que este programa pretende mejorar la competitividad del sector de los quesos europeos en EE. UU. y **poner en valor las producciones europeas** (en cuanto a exigencias normativas, modelo productivo y figuras de calidad diferenciada).

Para la definición de los objetivos de este programa se ha partido de un estudio de mercado que se ha realizado previamente, así como de los estudios de posicionamiento del queso español entre los consumidores americanos. De este modo, se han establecido los siguientes objetivos específicos (objetivos de negocio y de sensibilización) de conformidad con el anexo del Reglamento 1144/2014.

1. OBJETIVO DE NEGOCIO

- Aumentar el nivel de exportaciones de España a EE. UU. para recuperar la cuota de mercado e intentar incrementar las exportaciones en un 15%. El objetivo es apoyar el crecimiento de las exportaciones ya existentes y ayudar a ampliar la cuota de mercado en EE. UU. de otros quesos españoles, siguiendo los ejemplos de quesos con DOP como la DOP Queso Manchego o de DOP Murcia al vino. Pero también se pretende conseguir los siguientes objetivos secundarios:
 - Generar valor añadido para los supermercados, hipermercados, tiendas especializadas y restaurantes en los que se trabajará para que aumente la demanda de quesos europeos a los exportadores y distribuidores. Estrategia Push desde la oferta.
 - Generar un valor diferencial para los consumidores finales, más foodies y foodies millennial, ampliando la variedad de quesos y los momentos de consumo. Estrategia pull desde la demanda.

Por ello, este proyecto es vital para apoyar económica y estructuralmente al sector europeo facilitando así su sostenibilidad económica y social y ayudándole a la internacionalización de los productos y a la mejora de su competitividad.

2. OBJETIVOS DE SENSIBILIZACIÓN

- Las exportaciones de quesos tras la guerra arancelaria han tenido muchos problemas. Los recientes aranceles han generado un clima de incertidumbre que se está notando sobre todo en el canal retail y HORECA. Por ello, se propone este proyecto que ayude a generar confianza y valor sobre el producto (entre mayoristas, minoristas, etc.) en cuanto a calidad, variedad, diversidad, plazos de entrega y oferta de producto para ayudar a

aumentar la cuota de mercado. Además, bajo esta premisa se persiguen los siguientes objetivos secundarios:

- Poner en valor aspectos ligados al queso europeo y a su entorno medioambiental y social.
 - Incrementar el conocimiento diferencial de los distintos tipos de quesos europeos.
 - Aumentar el conocimiento sobre los atributos, características y propuesta de valor de los quesos como productos bandera de la UE en EE. UU.
 - Poner en valor el *modelo europeo de producción* en base al ejemplo de la sostenibilidad, implicación medioambiental, defensa del bienestar animal, trazabilidad, calidad, seguridad y etiquetado.
 - Cambiar la percepción de los profesionales del canal Trade y Horeca de los EE. UU. sobre todos estos aspectos socioculturales y medioambientales ligados al sector del queso europeo y que hoy en día no conoce.
- Aumentar el interés de los consumidores americanos más foodies sobre el queso europeo de cara a crear una corriente y tendencia que en los años venideros podamos seguir trabajando sobre un mayor número de consumidores finales. También se promoverá:
 - Poner en valor aspectos ligados al queso europeo y a su entorno medioambiental y social.
 - Incrementar el conocimiento diferencial de los distintos tipos de quesos europeos.
 - Aumentar el conocimiento sobre los atributos, características y propuesta de valor de los quesos como productos bandera de la UE en EE. UU.
 - Poner en valor el Modelo Europeo de Producción en base al ejemplo de la sostenibilidad, implicación medioambiental, defensa del bienestar animal, trazabilidad, calidad, seguridad y etiquetado.
 - Aportar nuevos productos, variedades, texturas y sabores al mercado americano.
 - Informar a los consumidores de los EE. UU. sobre todos estos aspectos socioculturales y medioambientales ligados al sector del queso europeo y que hoy en día no conoce.

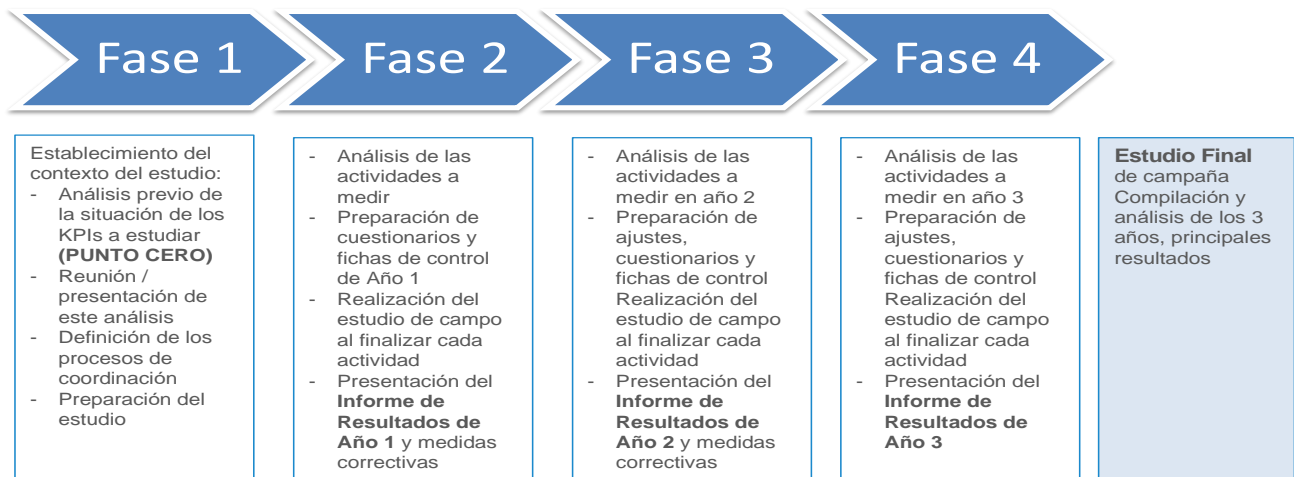
3. OBJETIVO

Evaluar el programa DISCOVER THE EUROPEAN CHEESTORIES WITH CHEESES FROM SPAIN 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 estadounidense, así como **entrevistas presenciales** en los eventos físicos que se realicen durante el programa. Las fases del estudio son las que se muestran en la **figura 1.**

Figura 1. Fases del estudio.



Fuente: Elaboración propia.

Como se ve en el cuadro anterior el programa contará 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:** 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 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 investigación se estructurarán en torno a la consecución los diferentes KPI's 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.

OBJETIVOS CLAVE DE LA EVALUACIÓN			
MONITORIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL PROGRAMA	01 - Realización Contrastar la realización de todas las actividades e indicadores planteados en el programa	02 - Resultados Analizar con carácter evolutivo el nivel de consecución de los resultados asociados a cada actividad	
	EVOLUCIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL PROGRAMA	03 - Concienciación - Aumentar en un 7,5% el nivel de conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas de la Unión - Aumentar en un 10% el nivel de conocimiento sobre las bondades de los quesos de España	04 - Rendimiento Análisis de los datos de exportaciones proporcionados por InLac así como por fuentes oficiales para determinar el alcance del ROI del programa

Fuente: Elaboración propia.

4. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

La propuesta debe constar de una descripción detallada del mecanismo de evaluación empleado para el análisis de las cuatro fases del estudio (Punto cero, Resultados año 1, Resultados año 2 y Resultados año 3).

- Medición del grado de cumplimiento de los objetivos marcados en la campaña:**
 - OBJETIVO 1: NEGOCIO
 - OBJETIVO 2: SENSIBILIZACIÓN
- Medición del grado de notoriedad de las actividades desarrolladas a lo largo del programa.**

3. 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%].

***NOTA: Las entidades interesadas en participar deben de ponerse previamente en contacto con InLac para la entrega de una documentación preliminar.**

5. CRITERIOS DE SELECCIÓN

InLac lanza una convocatoria abierta para buscar a una entidad que conozca el mercado americano y que sea capaz de evaluar los resultados alcanzados en el programa simple REA: DISCOVER THE EUROPEAN CHEESTORIES WITH CHEESES FROM SPAIN.

Este proceso 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 evaluación 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 17 de febrero de 2023.**

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 febrero de 2023** 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: DISCOVER THE EUROPEAN CHEESTORIES WITH CHEESES FROM SPAIN.

FASE DE ADJUDICACIÓN

Las entidades seleccionadas tendrán un plazo de 3 semanas, es decir hasta el próximo **14 de marzo de 2023** 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. Relación calidad vs precio:** Se valorará la optimización del presupuesto detallando donde se dirigen los recursos y los resultados que se obtendrán en cada acción.
- 2. Idoneidad (Ajuste a los objetivos recogidos en briefing):** Indicar como se medirá el cumplimiento de los objetivos descritos en el apartado 2.1. es decir, el objetivo de negocio y sensibilización. Además, como se ha indicado anteriormente, 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. Se han de realizar tanto análisis cualitativos como cuantitativos mediante entrevistas online a una muestra representativa de la población estadounidense, así como entrevistas presenciales en los eventos físicos que se realicen durante el programa.

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 21 de marzo de 2023** 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): 75.000,00€ +IVA. Este presupuesto queda distribuido anualmente de la siguiente forma, en función de las actividades a evaluar:

Calendario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Presupuesto	37.500,00€	18.750,00€	18.750,00€

Nota: este presupuesto no incluye impuestos indirectos, IVA,

7. TIMING

- **Publicación de la convocatoria y entrega del briefing: 16 de enero de 2023.**
- **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 17 de febrero de 2023**, a través del correo electrónico.

- Soporte electrónico a inlac@inlac.es.

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

- **Comunicación del resultado Fase de exclusión y selección: 21 de febrero de 2023.**
- **Presentación de las propuestas:** Las propuestas han de enviarse a InLac antes **del 14 de marzo de 2023**, a través del correo electrónico.

- Soporte electrónico a inlac@inlac.es.

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

- **Comunicación del resultado Fase de adjudicación: 21 de marzo de 2023.**