



## Oferta para Estudio de Percepción de los Productos Acuícolas en la CCAA de Andalucía

### Condiciones de la Oferta – Octubre 2018

#### Antecedentes y justificación

Todos los agentes implicados en el desarrollo de la acuicultura en la UE reconocen la necesidad de mejorar la imagen que la sociedad tiene de la actividad y de sus productos, pues el desconocimiento genera desconfianza.

La propia UE, en su documento «Construir un futuro sostenible para la acuicultura - Nuevo impulso a la Estrategia para el desarrollo sostenible de la acuicultura europea» ([COM\(2009\)0162](#)) recoge entre las cuestiones a tratar la necesidad de mejorar la imagen y la gobernanza del sector mediante una serie de medidas entre las que figuran, entre otras, una verdadera participación de los grupos interesados y una información al público adecuada y medidas que velen por el correcto seguimiento del sector de la acuicultura.

Actualmente la Comisión Europea se encuentra desarrollando la campaña “Criado en la UE”, con la que pretende dar a conocer los productos acuícolas a la sociedad europea.

En nuestro país, el Ministerio, en su Plan Estratégico Plurianual de la Acuicultura Española contempla un Objetivo Estratégico específico destinado a reforzar los aspectos vinculados con la transformación y comercialización de los productos acuícolas a través de la innovación, la promoción y el apoyo a las organizaciones de productores. Y dentro de este objetivo, hay dos líneas concretas con las que se pretende, por un lado, la promoción de los aspectos vinculados al mercado: transformación, comercialización e internacionalización y, por otro, la puesta en valor de los atributos de la actividad acuícola y sus productos a través de la comunicación e imagen.

En nuestra CCAA Autónoma, la Estrategia Andaluza para el Desarrollo de la Acuicultura Marina (2014-2020) cuenta con una línea específica de Comunicación e Imagen de la Acuicultura en la que se constata que existe un claro desconocimiento por parte de la sociedad por la actividad acuícola, sus procesos y productos, la existencia de prejuicios derivados del desconocimiento y la inexistencia de forma generalizada en el sector de estrategias y planes de comunicación, con independencia de las, más asentadas, campañas promocionales.

También la Plataforma Tecnológica y de Innovación de la Acuicultura Europea, en su documento El Futuro de la Acuicultura Europea – Nuestra Visión: Una Agenda Estratégica para la Innovación y la Investigación (2012), recogió entre sus objetivos la necesidad de identificar y cubrir las lagunas perjudiciales en la percepción de los consumidores acerca de los productos acuícolas a fin de comprender la dinámica de los mercados de pescados y mariscos europeos.

El sector acuícola español está comenzando a trabajar en este sentido y, más allá de campañas de promoción puntuales, desde la Asociación Empresarial de Acuicultura de España (APROMAR) hay en marcha un Plan Estratégico de Comunicación.





También el sector acuícola andaluz ha trabajado en este aspecto. Desarrollando marcas de calidad y promocionándolas, realizando jornadas y visitas a las explotaciones para los medios de comunicación y las amas de casa, con degustaciones, libros de recetas, conferencias y seminarios, etc. Pero estas actuaciones no se han desarrollado bajo el paraguas de un plan de comunicación, sino como acciones puntuales que, por el momento, no han conseguido todos los resultados esperados, aunque sí han contribuido a difundir el conocimiento de la actividad.

Así pues, y de cara a sentar las bases de cómo abordar esta falta de conocimiento e incidir en aquellos aspectos que la sociedad entiende como más relevantes, se plantea la necesidad de realizar un estudio de opinión.

### Objeto

En consonancia con la 6ª Línea Estratégica de la Estrategia Andaluza para el Desarrollo de la Acuicultura Marina (2014-2020) y su actuación prioritaria A) Diagnósticos y estudios de percepción de la imagen de los productos acuícolas, la Asociación de Empresas de Acuicultura Marina de Andalucía (ASEMA) va a realizar un **Estudio de Percepción de los Productos Acuícolas en la CCAA de Andalucía** con la finalidad de evaluar la situación de los productos y la percepción de los consumidores a fin de determinar las estrategias más adecuadas para su aceptación e incorporación en los mercados y disponer de las oportunas orientaciones de cara a un futuro plan de comunicación.

### Descripción de la Oferta

El posicionamiento en los mercados de los productos depende en parte de la percepción de los consumidores y de la imagen de éste. Para trabajar en la imagen de un producto es necesario conocer cuestiones como el mercado de dicho producto, los clientes, su percepción, etc. que determinarán las estrategias más adecuadas para su aceptación por parte de los consumidores.

El objetivo fundamental del Estudio de Percepción de los Productos Acuícolas en la CCAA de Andalucía deberá ser la evaluación de la situación de los productos y la percepción de los consumidores andaluces a fin de determinar las estrategias más adecuadas para su aceptación e incorporación a dichos mercados.

La empresa adjudicataria deberá realizar sus trabajos de manera coordinada y planificada con la Asociación de Empresas de Acuicultura Marina de Andalucía, que deberá analizar y validar los trabajos antes de la realización de la fase de campo del estudio.

Para ello, el estudio deberá contemplar, como mínimo, la ejecución y puesta en marcha de las siguientes actuaciones:

1. Identificación de los segmentos de mercado objeto de estudio, considerando que la premisa fundamental es conocer la percepción de los consumidores.





2. Determinación del tamaño de muestra, peso relativo para cada segmento de mercado y distribución geográfica, considerando que el estudio deberá abarcar a la CCAA de Andalucía.
3. Elaboración de los modelos de encuestas necesarios en función de los segmentos objeto de estudio.
4. Planificación del trabajo de campo.
5. Realización trabajo de campo.
6. Tabulación de entrevistas y explotación de datos.
7. Investigación documental.
8. Extracción de conclusiones.
9. Informe final de resultados, que deberá recoger y reflejar el desglose por sexo de los datos obtenidos.

A la conclusión de la experiencia, y como se ha indicado anteriormente, se entregará un Informe Final a la Asociación de Empresas de Acuicultura Marina de Andalucía, que será propiedad de esta organización y cuyos autores no podrán divulgar sin el consentimiento expreso de esta entidad. El estudio tendrá que ser ejecutado en el último trimestre del 2018 y el informe final deberá ser entregado antes del 31 de diciembre de 2018.

Adicionalmente, habrá que tener en cuenta las siguientes consideraciones generales:

- a) La empresa adjudicataria deberá disponer de los recursos humanos y materiales suficientes para la correcta ejecución de los trabajos en tiempo y forma.
- b) La empresa adjudicataria deberá encontrarse al corriente de sus obligaciones fiscales y tributarias y frente a la seguridad social.
- c) La experiencia en la ejecución de proyectos similares y en la ejecución de proyectos y actuaciones de dinamización y difusión específicos en los ámbitos de los sectores acuícolas y pesqueros será altamente valorada.

La Asociación de Empresas de Acuicultura Marina de Andalucía podrá exigir a la empresa adjudicataria la acreditación de las consideraciones generales a) y b) al inicio de los trabajos.

En la presentación de ofertas pueden incluirse referencias a estudios y trabajos para la valoración de méritos indicados en la consideración general c), siendo potestad de la Asociación de Empresas de Acuicultura Marina de Andalucía exigir a la empresa adjudicataria la acreditación de las mismas al inicio de los trabajos.





### Presentación de la Oferta

En caso de estar interesado en esta oferta para el desarrollo del Estudio de Percepción de los Productos Acuícolas en la CCAA de Andalucía debe enviar su PROPUESTA ECONÓMICA desglosada, detallada, sellada y firmada junto a una breve descripción del desarrollo del trabajo y adjuntando documentación que acredite cumplir las condiciones requeridas a la siguiente dirección de correo electrónico antes de las 14,00h del día 11 de Octubre de 2018 e indicando en el asunto del mismo Oferta para Estudio de Percepción de los Productos Acuícolas en la CCAA de Andalucía:

[tecnico@asemaonline.com](mailto:tecnico@asemaonline.com)

Del mismo modo, puede realizar cualquier consulta en el teléfono 956205685 o mediante el correo electrónico anteriormente mencionado a la atención de Alfonso Macías.

