PLIEGO DE CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO:

MEDIDA: Marca del Mejillón Cabo de Cruz: "MEJILLÓN DEBATEA" Estrategia de diferenciación.

ANTECEDENTES

ASMECRUZ SOCIEDAD COOPERATIVA GALLEGA, reconocida como Organización de Productores Pesqueros de ámbito autonómico para el sector de acuicultura, segmento acuicultura marina, con el nº OPP-99, tiene previsto ejecutar anualmente una serie de medidas que aparecen recogidas en su Plan de Producción y Comercialización (PPYC) aprobado por la Consellería do Mar de la Xunta de Galicia para el período 2026-2027.

OBJETO DEL CONTRATO

El presente pliego de condiciones responde a la necesidad de contratación del servicio para la ejecución, bajo la supervisión del personal de la OPP, de las actividades previstas en el desarrollo de esta medida que no puedan ser realizadas por esta OPP de modo directo.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTUACIONES

Tal y como se recoge en el PPYC, la descripción, objetivos y desarrollo de esta medida son los siguientes:

DESCRIPCIÓN
En el actual escenario de la comercialización de productos del mar, disponer de una marca registrada no es un fin en sí mismo, sino el punto de partida indispensable para competir. La OPP 99 (ASMECRUZ) ya completó con éxito la exigente fase de protección jurídica de su marca europea "MEJILLÓN DEBATEA" en el año 2023. Ahora, el objetivo estratégico de esta medida es activar, dinamizar y exprimir este activo intangible mediante una promoción decidida, renovando sus finalidades comerciales para acercar el producto directamente al consumidor final.
En este sentido, la puesta en valor de "MEJILLÓN DEBATEA" requiere superar la visión estática de la marca para convertirla en un sello dinámico que comunique frescura, origen, calidad de las aguas y el arraigo social del cultivo tradicional en batea.
Tal y como subraya la Recomendación de la Comisión 2014/117/UE en su apartado sobre Estrategia de Comercialización, es imperativo establecer un «diálogo y coordinación con otros operadores de la cadena de suministro» y responder a las

«exigencias del mercado». Por consiguiente, esta medida pivotará sobre una campaña de posicionamiento y promoción exhaustiva. Se busca no solo el rediseño operativo de sus aplicaciones gráficas, sino la creación de un relato de marca (storytelling) potente que seduzca al consumidor, facilite la apertura de nuevos canales de comercialización —incluyendo la venta directa y el canal HORECA— y garantice el retorno de la inversión para los productores asociados.
El mejillón de ASMECRUZ posee una calidad intrínseca que el mercado debe reconocer y remunerar adecuadamente. Esta sección del plan detalla la estrategia de reactivación y promoción operativa de la marca "MEJILLÓN DEBATEA". Al contar ya con la propiedad industrial protegida, los recursos se destinarán íntegramente a auditoría de marca, reposicionamiento, marketing y despliegue comercial.
La actuación contempla, en primer lugar, una actualización de la arquitectura gráfica y del manual de identidad corporativa para adaptarlo a las nuevas narrativas digitales y exigencias de packaging del retail moderno. En segundo lugar, se estructurará una campaña de promoción integral orientada al consumidor final y a los distribuidores clave. Esto incluye la creación de una plataforma web transaccional o de captación, la dinamización profesional en redes sociales, y la ejecución de acciones de relaciones públicas y presencia en ferias o foros gastronómicos.
Con esta medida, la OPP 99 persigue distanciarse de la guerra de precios del producto genérico, construyendo una reputación sólida para "MEJILLÓN DEBATEA" que traslade directamente al consumidor los valores de sostenibilidad ambiental, frescura y origen, incrementando así la competitividad y la rentabilidad económica de sus socios.

Objetivo:
Impulsar, promocionar y reposicionar la marca registrada "MEJILLÓN DEBATEA" para acercar el producto al consumidor final, dotándolo de un alto valor añadido que mejore la rentabilidad y el posicionamiento en el mercado de los productores de la OPP 99.
Esta medida se encuentra alineada con los objetivos establecidos en el artículo 7 del Reglamento (UE) nº 1379/2013 de la Organización Común de Mercados, especialmente aquellos relacionados con la mejora de las condiciones de comercialización de los productos de la acuicultura, asimismo, responde a las recomendaciones recogidas en la Recomendación de la Comisión de 3 de marzo de 2014 (2014/117/UE), en particular las relativas al desarrollo de estrategias para una mejor comercialización de la producción, la identificación de nuevas oportunidades comerciales, el diseño de nuevos instrumentos de comercialización, la promoción de los productos de la acuicultura y el fortalecimiento de la comunicación con los consumidores.

Desarrollo/Actividades:
La estrategia promocional y de reactivación se estructura en dos fases operativas claras, optimizando los recursos hacia la visibilidad en el mercado:

Año 2026: Auditoría, Reposicionamiento y Relanzamiento

- *Auditoría de Mercado y Restyling: Análisis de la percepción actual del producto y actualización del ecosistema visual de la marca "MEJILLÓN DEBATEA" (sin alterar el registro oficial). Adaptación a nuevos soportes de packaging ecológico y formatos digitales.*
- *Plan Estratégico de Promoción: Definición de los canales objetivo (canal tradicional, HORECA, retail y consumidor final) y creación del argumentario de venta (calidad, trazabilidad, origen).*
- *Activación Digital: Inicio de los trabajos de puesta en marcha de una plataforma web centrada en el consumidor y apertura/dinamización de perfiles en redes sociales (Instagram, LinkedIn) orientados a gastronomía, nutrición y sostenibilidad.*
- *Campaña de Relanzamiento: Acciones de gabinete de prensa (2-3 comunicados a medios gastronómicos y del sector pesquero) y posible evento de presentación en lonja o instalaciones de la OPP.*

Año 2027: Consolidación Promocional y Retorno (ROI)

- *Campaña de Promoción Directa (B2C y B2B): Ejecución de acciones promocionales en punto de venta, colaboraciones con prescriptores gastronómicos (embajadores de marca) y asistencia/visibilidad en eventos sectoriales.*
- *Lanzamiento de la web promocional del producto de la marca: Trabajos de cierre del diseño operativo de la nueva plataforma web y lanzamiento de la misma.*
- *Dinamización Continua: Mantenimiento activo de la comunicación digital con un calendario editorial fijo (contenidos sobre recetas, el trabajo en la batea, el compromiso ambiental).*
- *Monitorización: Evaluación semestral del impacto de la marca en las ventas de los asociados y ajuste de la estrategia promocional.*

Para la ejecución de estas actividades, la OPP contratará los servicios de una agencia de marketing y comunicación especializada,

PRESUPUESTO

El presupuesto máximo para la presente licitación asciende a 32.000,00 € (IVA NO INCLUIDO) con el siguiente coste máximo estimado por actividad y año.

2026	*P.U.*
Definición Estratégica	*5.000,00*
Creación de la identidad gráfica	*4.500,00*
Lanzamiento digital	*3.500,00*
Gabinete de prensa y rrss	*3.000,00*
TOTAL 2026	*16.000,00*

2027	*P.U.*
Fidelización y lanzamiento plataforma digital	*5.000,00*
Materiales gráficos	*3.000,00*
Mantenimiento y dinamización de redes sociales	*5.000,00*
Gabinete de prensa continuado	*3.000,00*
TOTAL 2027	*16.000,00*

PLAZO Y PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

Las empresas que deseen concurrir a la presente licitación deberán presentar una oferta que contemple el desarrollo de las acciones y su presupuesto. Dicha oferta podrá presentarse en papel, por correo postal o entrega en mano, o por medios electrónicos a la dirección de email info@asmecruz.com . La fecha límite de presentación de ofertas es de 7 días.
Una vez recibidas las ofertas, se procederá a realizar la valoración y adjudicación según la normativa de aplicación.

Firmado por ***3191** JOSE MARIO VIDAL (R: ****7621*) el día 15/09/2026 con un certificado emitido por AC Representación

Firmado: José Mario Vidal Gómez

Presidente