

FEAGA 2021

Evento virtual y semi-presencial con aforo limitado

MEMORIA DESCRIPTIVA

ORGANIZA:



CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

COLABORA:



**Gobierno
de Canarias**

DIRECCION GENERAL DE GANADERÍA

Tabla de contenido

1.-JUSTIFICACIÓN.	0
2.-OBJETO.	1
2.1. Público Objetivo.....	1
2.2. Objetivos de la campaña.	1
3.-CONTEXTO DEL EVENTO.	2
4.-DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO QUE DEBE OFRECER EL LICITADOR.....	3
4.1. FASE 1 -DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	3
4.1.1 -Producción del material previo al inicio del evento.....	4
4.2.-FASE 2: LANZAMIENTO.....	4
4.3.-FASE 3: DESARROLLO DE ACTOS.	5
4.3.1. Formación	5
4.3.2. Divulgación	6
4.3.3.Promoción	7
4.4. FASE 3. CULMINACIÓN.	9
5.-EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA.....	10
6.-CONSIDERACIONES GENERALES.....	11

Marca: Feaga. Consejería Agricultura Ganadería y Pesca.
Institución: Cabildo Insular de Fuerteventura.

Evento: Celebración FEAGA 2021.

1.-JUSTIFICACIÓN.

El Cabildo de Fuerteventura lleva más de tres décadas celebrando la Feria de Agricultura Ganadería y Pesca (FEAGA). Un encuentro destinado al sector primario, tanto de la Isla como del Archipiélago, cuyo objetivo principal radica en mantener activo y en continuo crecimiento, una de las industrias económicas primordiales de Canarias.

La mezcla de lo tradicional con lo innovador, de lo local con lo regional, de lo ancestral con las últimas novedades en el mercado, ha supuesto el fortalecimiento de un sector ineludiblemente arraigado a la identidad de nuestra cultura, donde FEAGA ha sido clave para el desarrollo de tales sinergias.

Tal evidencia justifica, no sólo la celebración año tras año de una Feria referente en toda Canarias, sino que, además, con la actual situación social y económica provocada por el COVID19, resulta necesario que las Instituciones promuevan iniciativas que potencien y respalden a los profesionales y comercios que se mueven en torno a al sector primario. Así pues, ahora más que nunca, se deben buscar fórmulas que mantengan la esencia de FEAGA en el calendario mayorero.

Teniendo en cuenta que la población no puede participar masivamente en eventos de este tipo, proponemos que la Feria se adapte a la nueva realidad. Es decir, lo que se pretende es llevar a cabo una FEAGA virtual, semipresencial, que mantenga los valores y objetivos con los que se ha venido trabajando y por los que se creó.

Por este motivo, planteamos una campaña, unida a una programación de actos, que resalte la misión de la Consejería de Agricultura Ganadería y Pesca del Cabildo de Fuerteventura, especialmente su obligación de divulgación y conservación del conocimiento vinculado al sector primario. Resaltando el papel protagonista de agricultores, ganaderos y pescadores, para crear notoriedad de marca.

2.-OBJETO.

El objeto de la presente memoria es establecer las condiciones mínimas sobre las que se debe centrar la ESTRATEGIA CREATIVA Y LA PROGRAMACIÓN PARA EL EVENTO VIRTUAL Y SEMI-PRESENCIAL - FEAGA21-, que se celebrará entre el 24 de noviembre y el 23 de diciembre (incluyendo todas las fases) del presente año 2021.

Con la argumentación expuesta en el apartado 1, y siendo conscientes de los recursos limitados (humanos y técnicos) con los que cuenta el Cabildo de Fuerteventura, para llevar a cabo un evento que cumpla con las exigencias de la nueva realidad, es por lo que SE PROPONE contratar este servicio. Donde la Consejería de Agricultura participará en la organización de aquellos actos o acciones que así lo considere, especificándose en ese caso.

2.1. Público Objetivo.

El público al que nos dirigimos está compuesto por los profesionales del sector agrícola, ganadero y pesquero de Fuerteventura.

Por individuos que viven en la Isla, mayores de 12 años, amantes de las tradiciones y del producto local. Así como por aquellos que valoran la naturaleza.

Tenemos en cuenta que parte de este público, principalmente los profesionales de mayor edad no están habituados al uso de las nuevas tecnologías.

2.2. Objetivos de la campaña.

- Incrementar el conocimiento de la marca "FEAGA", asociada a la Consejería de Agricultura del Cabildo, entre el público objetivo.
- Potenciar la conexión positiva entre los profesionales y la Consejería.
- Informar al público del papel principal de la Consejería en el desarrollo del Sector, para incrementar la conciencia social por el producto local.
- Aumentar el nivel de fidelización de los seguidores de la marca y por ende de la Institución.
- Aumentar el número de seguidores que tiene la marca en las distintas redes sociales.
- Divulgar el conocimiento asociado al sector primario entre el público más joven.

3.-CONTEXTO DEL EVENTO.

La celebración de FEAGA21 se debe llevar a cabo en el mes de septiembre y octubre, con una programación en su mayoría virtual, que permita actos presenciales con aforos reducidos y bajo inscripción previa.

Proponemos dar un giro distinto y original, adentrándonos en el mundo on-line y plantear las acciones de la campaña desde las distintas plataformas, sin apartarnos del todo del off-line. Aprovechando al máximo los beneficios de la estrategia *transmedia*: la interacción del público objetivo, la creación de distintas piezas que puedan funcionar solas y una historia (*storytelling*) que aluda a las relaciones entre el sector y la tierra (Fuerteventura).

En este sentido, es clave contar con las plataformas digitales adecuadas que nos ayuden a trasladar la información de manera ágil y atractiva y que sean el canal de comunicación de nuestra campaña. Hemos analizado lo ya existente (Web y Redes del Cabildo de Fuerteventura) y hemos detectado lo siguiente:

- Con respecto a la Web, tanto su estructura como la información que soporta es insuficiente o poco accesible para el público al que nos dirigimos. Además de que se percibe una falta de actualización en los contenidos, lo que nos lleva a plantear un cambio dentro de la misma página o la creación de una nueva, específica para el evento.
- En cuanto a las Redes Sociales, vemos como tanto el perfil de *Facebook* como el de *Instagram* tienen una actividad fluida y constante sobre la información de la Institución, por lo que podríamos aprovechar este recurso para redirigir el público a los perfiles específicos creados para llevar a cabo nuestra campaña.

Sin perder de vista todo lo anteriormente expuesto, el Cabildo de Fuerteventura -Consejería de Agricultura- quiere promover un programa de actos que, a diferencia de otros años, albergue varias semanas, para dar tiempo a la interacción del público, sin el cual no tendría sentido. EN ESTA LÍNEA DEBEN DE PRESENTAR SU PROPUESTA LOS LICITADORES.

4.-DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO QUE DEBE OFRECER EL LICITADOR.

La empresa adjudicataria se encargará de organizar, bajo la tutela de las personas designadas por el Cabildo de Fuerteventura -Consejería de Agricultura-, las actividades que se detallan a continuación, las cuales constituirán el programa destinado a celebrar FEAGA 2021.

El Servicio se divide en 5 Fases principales:

Fases de la campaña	Fecha
-Diseño de la estrategia de Comunicación.	Del 11/11/21 al 01/12/21
-Lanzamiento.	Del 02/12/21 al 12/12/21
-Desarrollo.	Del 13/12/21 al 23/12/21
-Culminación.	23/12/2021
-Evaluación de la campaña	Del 27/12/21 al 29/12/21

4.1. FASE 1 -DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

-Fecha: Del 11 de noviembre al 1 de diciembre (ambos inclusive).

La empresa adjudicataria deberá entregar antes de la fecha de referencia, un plan de comunicación, donde queden claros aspectos básicos tales como: El tono, el mensaje o la estrategia a seguir en la campaña, el eslogan... Teniendo en cuenta los objetivos de la campaña (apartado 2.2) y el público objetivo al que nos dirigimos (2.1).

El responsable del contrato debe validar o no, la propuesta en un plazo de 5 días, a partir de la recepción de este. En caso de que no haya acuerdo, será el Cabildo Insular el que marque una nueva fecha de entrega.

Una vez llegado al acuerdo, la empresa adjudicataria deberá presentar al Cabildo para su validación por el responsable del contrato, las piezas necesarias para la Fase de Lanzamiento. El periodo que tendrá el adjudicatario para presentar el trabajo será acordado con el Cabildo, nunca inferior a 5 días.

4.1.1 -Producción del material previo al inicio del evento.

Una vez aprobada la estrategia, el adjudicatario deberá elaborar para su distribución y puesta en marcha, en la fase de lanzamiento, mínimo el siguiente material:

- Un video presentación de entre 40" y 60" de duración.
- Diseño del cartel del evento e impresión de 500 ejemplares físicos.
- Diseño del programa e impresión de 3.000 ejemplares físicos.
- Web específica para el evento.
- Redes sociales específicas para el evento (Facebook, Instagram y YouTube).
- Hojas de inscripciones para aquellas actividades que lo necesiten.

Todos los documentos audiovisuales deben ser adaptables a los distintos dispositivos electrónicos (smartphones, tablets y ordenadores) -IOS y Android-

-En todas las piezas elaboradas para la campaña FEAGA 2021, se debe incluir el logo del Cabildo Insular (Consejería de Agricultura), el de la Reserva de la Biosfera de Fuerteventura y el del Gobierno de Canarias (Dirección General de Ganadería). Además de aquellos que el Cabildo de Fuerteventura crea necesarios por su colaboración en el evento.

-La elaboración del programa correrá a cargo del adjudicatario. El Cabildo intervendrá y decidirá sobre los actos, pudiendo convocar siempre que lo crea necesario, reunión entre las partes (adjudicatario e Institución), para decidir cualquier aspecto referido a la programación.

4.2.-FASE 2: LANZAMIENTO.

La idea es que la "presentación" del evento se haga mínimo unos 10 días antes del inicio de este. Consistente en poner en circulación el material especificado en el punto 4.1.1. de esta memoria. Con la intención de que llegue al mayor número de usuarios posibles y que dé tiempo a que las inscripciones (en las actividades que lo necesiten) se lleven a cabo.

Fecha: Jueves, 2 de diciembre

Hora: Antes de las 10 am. (en el caso del material audiovisual, y de las distintas plataformas dispuestas para tal fin (punto 4.1.1)).

Con respecto al material físico (programas y carteles), el adjudicatario tendrá hasta el día 3 de diciembre a las 13:00 pm., siendo la Consejería de Agricultura la que determine previamente los lugares de reparto.

El adjudicatario será el responsable de la gestión de las redes y de las Web durante todo el proceso, de la divulgación y promoción de la campaña, de atender a las interacciones de los usuarios, de las inscripciones (creación de hojas y gestión), etc. El Cabildo de Fuerteventura podrá intervenir siempre que lo crea necesario y marcar pautas si lo cree conveniente.

4.3.-FASE 3: DESARROLLO DE ACTOS.

Se plantea dividir los actos de la Feria en 3 ejes que den viabilidad al proyecto. En base a esto debe elaborarse la programación.

- 4.3.1. Formación
- 4.3.2. Divulgación
- 4.3.3. Promoción

Se especifica a continuación las actividades o actos que deben incluirse dentro de cada eje, siendo la empresa adjudicataria la responsable de su organización, con la tutela y la intervención del Cabildo Insular de Fuerteventura. El adjudicatario también será el que asuma los gastos derivados de las distintas actividades, salvo donde se especifique lo contrario y puedan ser asumidos por la Institución Insular.

El programa debe ser aprobado por el Cabildo Insular, el cual se reserva el derecho de poder modificar cualquier aspecto, que no genere un gasto extra al adjudicatario, si así lo cree conveniente.

4.3.1. Formación

- Jornadas/Charlas. Instalaciones de productores.

A través del apartado de Jornadas, de la Web, se retransmitirán en directo las distintas charlas sobre temática de interés para el sector: Quesos, vinos, aceites, ayudas, subvenciones, avances tecnológicos, energías alternativas, etc.

El escenario para impartir esta formación será el propio campo, es decir, si hablamos de quesos se elegirá una quesería desde la que se hará la retransmisión, si es sobre aceite desde un campo de olivos, etc. La intención con esto no es sólo proporcionar la información correspondiente al usuario, sino además se pretende dar visibilidad y promoción al productor y/o negocio en cuestión.

La elección de estas charlas será determinada por la Consejería del Agricultura del Cabildo de Fuerteventura. Corriendo a cargo del licitador la organización, grabación y difusión del material que se genere.

En caso de que se generen honorarios derivados de las charlas (por profesionales que las impartan), el Cabildo se hará cargo de estos.

- Encuentros veterinarios. En el Palacio de Formación y Congresos, con retransmisión de conclusiones.

El adjudicatario dispondrá de la instalación y del personal técnico perteneciente al Palacio, así como de la sonorización e iluminación necesaria, para la organización del evento.

Los gastos derivados de alojamiento, transporte y honorarios que puedan generar los ponentes correrán a cargo del Cabildo de Fuerteventura, quién decidirá que profesionales impartirán estas charlas.

La empresa adjudicataria debe organizar, grabar, retransmitir y difundir el encuentro, con las especificidades que pueda aportar el Cabildo de Fuerteventura.

4.3.2. Divulgación

- En centros escolares. Elaboración de queso, visitas virtuales, tareas del campo.

Se abrirá un plazo de inscripción para los centros de secundaria de la Isla, interesados en participar.

El adjudicatario será el encargado de contactar con los centros y ofertarles las distintas charlas, las cuales habrán sido concretadas previamente con el Cabildo. Se impartirán en horario lectivo.

Estas charlas serán impartidas por profesionales del sector para que les instruyan sobre distintas prácticas del campo majorero y sus productos, así como de los beneficios de consumir alimentos tan nuestros como el queso, el gofio, etc.

Se impartirán de manera telemática. La empresa adjudicataria propondrá el sistema más adecuado a los centros y este debe ser validado por el Cabildo.

A cada centro participante se les proporcionará mínimo dos productos/objetos (por niño) de material (*merchandising*) ilustrativo del evento para que los niños/as puedan aplicar los conocimientos adquiridos de manera divertida.

Ejemplo de material a elaborar:

Láminas para colorear las capas de las cabras, los distintos tipos de pájaros, peces, ...

Los gastos del material (*merchandising*) serán asumidos por el Cabildo de Fuerteventura.

- Estudio morfológico de la cabra majorera.

La empresa adjudicataria juntamente con un responsable designado por el Cabildo de Fuerteventura, visitarán las instalaciones de aquellos/as ganaderos/as que puedan estar interesados/as en participar, para grabar las distintas capas de cabras, acompañados de un experto que explique las especificidades de cada una de ellas. La idea es que en cada una de las explotaciones se grabe un tipo distinto de cabra, y al mismo tiempo esto sea una oportunidad para mencionar al productor en cuestión y promocionar así su ganadería.

Se debe contar mínimo con 5 ganaderías. En caso de que sean menos el Cabildo se reserva el derecho de retraer la cuantía económica correspondiente, a la empresa adjudicataria.

- Técnicas de pesca y tipos de pescado.

En las distintas cofradías de la Isla se realizarán documentos audiovisuales sobre lo permitido en cuanto a técnicas de pesca y sobre el tipo de pescado que podemos encontrar en nuestros mares, entre otras cuestiones de interés para el sector.

La empresa adjudicataria juntamente con un responsable designado por el Cabildo de Fuerteventura, visitará las cofradías

4.3.3.Promoción

- Concurso de quesos. Instalaciones de Pozo Negro.

Sólo asistirán los jueces y el personal necesario para llevar a cabo la cata, pero se contará con una webcam para que, en cualquier momento, cualquier persona con un "clic" pueda seguir el concurso en tiempo real.

El Cabildo de Fuerteventura asumirá la organización de este evento, así como los gastos de jueces o logística.

El adjudicatario deberá aportar la tecnología y medios para realizar el *streaming*. Aportará también un presentador o comentarista que guíe la retransmisión.

- Concurso de ordeño en simultáneo. Instalaciones ganaderas.

Mediante previa inscripción, los interesados en el concurso expresarán su intención de participar. A cada uno de ellos el Cabildo les entregará un recipiente idéntico, graduado para medir líquidos, que será utilizado para la prueba.

El adjudicatario dispondrá de la plataforma virtual adecuada para retransmitir el evento on-line, donde todos/as los/as participantes aparezcan en la misma pantalla al mismo tiempo y en directo.

El adjudicatario se encargará tanto de la organización de la actividad como de los gastos derivados de ella, así como de poner los medios necesarios (técnicos y humanos) para la realización, producción y difusión de la prueba.

El ganador recibirá un vale de 500 € para la compra de alimentos para el ganado. Gasto que correrá a cargo del Cabildo de Fuerteventura.

- Show Cooking. Casas o instalaciones privadas.

Se elaborarán piezas audiovisuales sobre recetas donde se utilicen nuestros productos de la tierra y el mar. Para ello se elegirán personas (no profesionales) de toda la Isla que sepan elaborar de manera tradicional y/o innovadora los distintos platos.

Los videos serán grabados con antelación y el día del *show cooking* se colgarán en las distintas plataformas. El plato o receta más valorada por los usuarios tendrá un premio en metálico de 200€ para el creador o creadora del plato. Y por otro lado, todos los que voten entrarán en un concurso donde se sortearán 3 lotes de productos canarios valorados en 90€

El adjudicatario como responsable de organizar y producir la actividad debe tener en cuenta lo siguiente:

- Se deben de producir un mínimo de 8 videos, donde haya representación de todos los municipios.
- El adjudicatario será el encargado de asumir los premios en metálico, y la compra de los 3 lotes de productos, que se deberán de entregar a los participantes durante la fase 3 – Culminación-.

- Mercado agrario de la biosfera.

Ampliación de los días del mercado y ampliación de puestos en la zona exterior de la actual Instalación. Con exhibición de Juegos y Deportes tradicionales del programa "No olvides lo nuestro. Control de aforos.

La logística necesaria (carpas, puestos, vayas, sonido, seguridad...) correrá a cargo del Cabildo de Fuerteventura.

La empresa adjudicataria será la encargada de:

-Producir un video de mínimo 1 minuto por cada uno de los puestos, con el objetivo de que sirva como herramienta promocional del negocio en cuestión.

-Producir un video general, de 3 minutos como mínimo, con el objetivo de que sirva como promoción del Mercado de la Biosfera.

- Concursos en Redes.

-Concurso de fotografías relacionadas con la ganadería, agricultura y pesca. (Primer premio: 90€. Segundo premio: 40€)

-Etiquetando a amigos con el *hashtag* de la campaña.

-Edición de memes específicos para compartir.

-Cualquier otra iniciativa creativa que emane de la estrategia y que promueva la interacción del público.

La cuantía en premios corre a cargo del Cabildo de Fuerteventura.

4.4. FASE 3. CULMINACIÓN.

Fecha: 23/12/2021

El adjudicatario deberá:

- En horario matinal:

-Hacer público el nombre de los ganadores de los concursos que tuvieron lugar en las redes.

-Publicar en las distintas plataformas un spot de cierre, el cual deberá haber sido producido previamente, utilizando las mejores imágenes de lo acontecido durante FEAGA 21, y con los correspondientes agradecimientos. Duración mínima de 4 minutos.

- En horario nocturno: 20:00 h.

-Organizar un evento de cierre que tendrá lugar en el Palacio de Formación y Congresos de Fuerteventura, dirigido a todos los profesionales del sector. Teniendo en cuenta lo siguiente:

- Se debe enviar invitación expresa.
- Se debe cerrar la escaleta con el Cabildo Insular, el cual dará el visto bueno final.
- El acto debe contar con al menos 3 actuaciones musicales de grupos o solistas de la Isla, cuyos honorarios correrán a cargo del adjudicatario.
- Se entregarán los premios de los concursos y reconocimientos.
- Se proyectará el spot de cierre elaborado para la culminación del evento.
- El acto no debe durar más de 1h y 30 minutos.
- Se ofrecerá un cóctel al final del acto, para los asistentes.
- Se retransmitirá "en vivo" a través de la plataforma acordada previamente con el Cabildo Insular.

El Cabildo Insular:

- Pondrá a disposición el Palacio de Formación y Congresos.
- Asumirá el sonido y la iluminación.
- Asumirá la asistencia en sala.
- Asumirá los gastos derivados del cóctel final.

5.-EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA.

Fecha: Del 27 al 29 de diciembre de 2021.

Una vez finalizado el evento y antes de la fecha indicada, el adjudicatario deberá presentar un informe que conste de dos apartados:

- Primero. - Medición del impacto de la campaña en las redes. Donde se especifiquen aspectos como la tasa de *engagement*, el incremento

de seguidores, las visualizaciones, las interacciones, o el grado de notoriedad.

-Segundo. - Una valoración sobre las actividades presenciales que reflejen el número de asistentes, así como las incidencias o mejoras a tener en cuenta para próximas ediciones. Además de cualquier otro aspecto que se crea de interés.

6.-CONSIDERACIONES GENERALES.

Será obligación de la empresa adjudicataria cumplir con lo siguiente:

- Todas las actividades deben contar con un plan de difusión en las redes, con el objetivo de conseguir la mayor repercusión posible e incentivar la participación.
- Hacer un seguimiento diario de la acción en la Red y mantener la información actualizada. Debiendo colgar todos los videos que se van generando, para que estén a disposición del usuario.
- Todos los recursos grabados en bruto deben tener una calidad mínima de Full HD (1080p).
- Ceder todo el material editado a la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca del Cabildo de Fuerteventura.
- Asumir todos los gastos derivados de la organización de FEAGA 2021, salvo que se especifique lo contrario.
- Incluir los logos del Cabildo de Fuerteventura (Consejería de Agricultura) en TODO el material, audiovisual o físico, que se produzca. Así como cualquier otro logo que decida la Institución Insular.

