PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA EL APOYO EN LA CAPTACIÓN Y GESTIÓN DE PATROCINIOS DE LA CAMPAÑA DE NAVIDAD DE SAN SEBASTIÁN

1. CONDICIONES BÁSICAS DEL SERVICIO

La Campaña de Navidad de San Sebastián se desarrolla con el objeto de revitalizar comercialmente la ciudad, así como hacerla más atractiva en las Navidades.

Se trata de un proyecto para la dinamización y animación comercial y turística en la ciudad, utilizando para ello dos elementos principales:

1. **Iluminación navideña:** el centro de la ciudad y los barrios se adornan con motivos navideños innovadores y cambiantes cada año. Además de los adornos que pueden verse en la mayoría de las ciudades, en San Sebastián apostamos por el talento local diseñando elementos de iluminación navideña propios. En la edición 2020 por primera vez una obra de arte de un artista donostiarra (Iñigo Arístegui) formó parte del conjunto de iluminación navideña de la ciudad. En la edición 2021 seguiremos apostando por la diferenciación mediante elementos de iluminación navideña únicos.

2. **Mercado de Navidad:**
   - En el Paseo del Urumea y la Plaza Ramon Labayen se ubicarán los expositores con una oferta de artesanía, decoración, regalos, alimentación, etc. En función de la situación sanitaria, se valorará la celebración de actividades lúdicas.
   - Plaza Federico García Lorca y Plaza Cervantes: feriales infantiles
   - Alderdi Eder: noria, espectáculo de luz y sonido y bola luminosa.

A lo largo del año 2019/2020, los resultados de la Campaña de Navidad fueron los siguientes:

- Nº DE PERSONAS QUE HAN MONTADO EN LAS ATRACCIONES (periodo 01/12/19-06/01/20): 65.800 personas.

- ACTIVIDAD ECONÓMICA. El impacto económico del mercado fue de 2.08 millones de euros.

- ASISTENCIA A TALLERES. Se llevaron a cabo 60 actividades culturales de todo tipo: conciertos, talleres para niños y mayores, magos, payasos, etc. en la carpa de la Plaza Urumea con la participación de 2.260 personas.

- CONTEO DE ASISTENTES. La cifra total medida por todos los sensores de conteo de personas instalados con motivo de la Navidad arrojó un total de 1.390.000 personas detectadas en el periodo del 30 de noviembre al 6 de enero.

Todos los indicadores han reflejado que la propuesta del Mercado de Navidad continúa

aportando actividad económica a la ciudad. La innovación en la instalación de algunos elementos como la noria han posicionado al Mercado de Navidad en los principales medios de comunicación locales y nacionales.

En la edición 2020/2021, a pesar de las restricciones de movilidad y normativa como consecuencia de la situación sanitaria que vivimos, se llevó a cabo tanto la iluminación navideña, como el Mercado de Navidad. Las solicitudes de puestos al Mercado siguieron incrementando y, a pesar de que la asistencia se vio claramente mermada en un 40% por las restricciones, la facturación de los puestos se incrementó un 8% respecto a la edición anterior.

San Sebastián tiene un público fiel a la ciudad en la época navideña y la cobertura de los medios de comunicación es cada vez mayor (tanto en el ámbito local como nacional).
La colaboración y apoyo de entidades e instituciones público y privadas, agentes, empresas y Asociaciones de Comerciantes-Hosteleros, compartiendo el objetivo de crear en estas fechas un espacio lúdico, comercial, vibrante y de ilusión para donostiarras y visitantes, nos hace pensar que este tipo de proyectos está consolidando la ciudad en la región y que las pequeñas empresas y comercios valoran esta iniciativa de forma positiva.

A continuación, se detallan las condiciones de la prestación del servicio:

PUESTA EN MARCHA DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO:

1. Reunión de lanzamiento:

La empresa adjudicataria y Fomento de San Sebastián, S.A. (en adelante, FOMENTO o, indistintamente, entidad contratante) celebrarán una primera reunión de lanzamiento del servicio donde determinarán las personas interlocutoras del proyecto, así como los canales de comunicación entre ambas entidades. Además, FOMENTO entregará un **Dossier Comercial de la Campaña de Navidad** que servirá como documento base para la captación de patrocinadores. Esta reunión se deberá realizar en un plazo no superior a 7 días naturales tras la firma del contrato.

El dossier comercial, que se anexa a modo informativo a esta licitación, contendrá las actividades que se celebrarán y que serán objeto de interés de los patrocinadores. Conforme el proyecto de la Campaña de Navidad avance, el documento se irá adaptando y/o modificando con lo que FOMENTO informará puntualmente a la empresa adjudicataria que deberá recoger las modificaciones e ir adaptando su servicio a las mismas como parte del mismo.

La empresa adjudicataria deberá trasladar a FOMENTO todas las mejoras que considere que el dossier debiera tener para la captación de patrocinadores.

En la reunión de lanzamiento, FOMENTO y la empresa adjudicataria revisarán todos los puntos correspondientes a la propuesta presentada por la empresa adjudicataria en la fase de licitación, aclarando cualquier duda que pudiera surgir por cualquiera de las partes

Asimismo, se contrastarán los plazos previstos para la realización de los diferentes servicios objeto de esta contratación, de acuerdo a la planificación presentada por la empresa

adjudicataria

2. Reunión de seguimiento:

Quincenalmente, se reunirán (de forma telemática prioritariamente) la empresa adjudicataria y las personas responsables de FOMENTO para conocer los avances de las tareas determinadas en la prestación del servicio, así como el estado del proyecto de la Campaña de Navidad, determinando y concretando acciones que ayuden a en la captación de patrocinios.

En estas reuniones, FOMENTO validará los nuevos patrocinadores que pudieran ser propuestos por la empresa adjudicataria a lo largo del avance del servicio y del proyecto de Campaña de Navidad.

Semanalmente la empresa adjudicataria enviará a la persona responsable de FOMENTO un breve informe donde se refleje los avances, logros y dificultades en las tareas que se abordan. Asimismo, aportarán las acciones de mejora que se precisen para la consecución de los objetivos.

Asimismo, se irán concretando los plazos y ajustando la planificación de la realización del servicio de acuerdo al desarrollo del proyecto, además del dossier comercial de la Campaña de Navidad, dossier que como se ha comentado podrá irse modificando de acuerdo a las necesidades del proyecto.

3- Reunión de Cierre del Servicio

Una vez finalizadas todas las actuaciones objeto de este contrato, se mantendrá una reunión de cierre en la que se deberá aportar toda la documentación relacionada y se dará el visto bueno por parte de FOMENTO al servicio para su facturación, además de la revisión y validación del **Informe Final del Servicio.**

TAREAS A REALIZAR EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO:

Las tareas que la empresa adjudicataria deberá llevar a cabo en la prestación del servicio serán las siguientes:

1- Servicio de diseño del proyecto de captación y gestión de patrocinadores:

La empresa adjudicataria, con las mejoras que estimen y con las directrices de FOMENTO, deberá adaptar y ampliar la memoria técnica presentada en la fase de licitación y que comprende:

1. **Diagnóstico y estimación de ingresos:** Análisis del acontecimiento objeto de la presente licitación: potencialidades del evento y estimación razonada de los ingresos.

2. **Descripción de posibles patrocinadores:** Relación del sector o sectores económicos a

los que se orientará la búsqueda de patrocinios. La relación irá acompañada de una breve memoria justificativa. De forma complementaria, se incluirá una relación de posibles patrocinadores, señalando para cada uno de ellos el posible nivel de implicación previsto, su política de patrocinios, el patrocinio de eventos similares en los que han participado anteriormente y toda aquella información que considere oportuna.

3. **Previsión de plazos y plan de trabajo:** Planificación por fases para el desarrollo del servicio, objetivos y contenido de cada una de las fases.

La empresa adjudicataria deberá comenzar con la realización de esta actuación, en la misma reunión de lanzamiento del servicio.

Para ello, la empresa adjudicataria, conjuntamente con FOMENTO, deberá realizar una visita a las zonas en las que previsiblemente se establecerán las instalaciones relacionadas con el Mercado de Navidad, para su análisis y valoración.

En un plazo inferior a 15 días naturales, la empresa adjudicataria y Fomento revisarán y contrastarán el diagnóstico y estimación de ingresos estimado por la empresa adjudicataria, además de la descripción de los posibles patrocinadores y la previsión de plazos y el plan de trabajo, para la resolución de cualquier cuestión que pudiera surgir en relación con dicha información por cualquiera de las partes

Tras la valoración por parte de FOMENTO, la empresa adjudicataria deberá hacer todos los cambios y modificaciones convenidas en un plazo inferior a 7 días naturales.

Como resultado, la empresa adjudicataria deberá presentar a FOMENTO un informe cerrado y consensuado para su puesta en marcha a lo largo de la prestación del objeto del contrato.

2- Servicio de gestión de los patrocinadores:

En la prestación de este servicio, la empresa adjudicataria deberá realizar las siguientes actuaciones:

1. **Búsqueda / captación de patrocinadores:**

Fomento validará a la empresa adjudicataria los patrocinadores potenciales previo a su contacto. Asimismo, validará los materiales a utilizar y los canales de captación.

Como empresas de interés, la empresa adjudicataria deberá tener en cuenta la siguiente tipología de patrocinios:

a. ***Patrocinio económico:***

Aportación de una cantidad de dinero a cambio de publicidad en el evento y en los diferentes medios y plataformas del acto: redes sociales, invitaciones, proyecciones, programas oficiales, comunicados de prensa, presencia del logotipo en el material

promocional del evento patrocinado, etc.

Se establece una cantidad mínima de aportación de 10.000€ por patrocinador, dada la tipología de elementos puesta por Fomento a disposición de la empresa adjudicataria para el patrocinio de las empresas interesadas. Es objetivo prioritario de captación este tipo de patrocinios frente al resto, debiendo ser objetivo de la empresa adjudicataria que supongan un 80% sobre el total de patrocinios captados. Sin embargo, la empresa adjudicataria podrá proponer a FOMENTO patrocinios de cantidades inferiores y de acuerdo al número de empresas interesadas en patrocinar, así como a los importes de las mismas, FOMENTO podrá optar por aceptar dichos patrocinios.

b. ***Patrocinio no económico:***

1. Patrocinio material o patrocinio en especie:

El patrocinador ofrece bienes o servicios para su consumo durante el evento o el material necesario para su celebración. Estos bienes o servicios deberán estar relacionados con el proyecto de Campaña de Navidad de San Sebastián 2021 o ser de consumo habitual en época navideña. A modo de ejemplo citamos: equipamiento para las actividades lúdicas del Mercado, materiales para los posibles talleres de ocio, contenido a la agenda de ocio, elementos de decoración o merchandising del Mercado, alimentos o bebidas para las personas asistentes, etc,
En estos casos, FOMENTO deberá de validad este tipo de patrocinios

FOMENTO y el patrocinador valorarán a precio de mercado los bienes o servicios aportados. Este tipo de patrocinios supondrá un máximo del 10% sobre el total de patrocinios captados.

2. Patrocinio de medios:

El patrocinador financia la cobertura mediática del evento o, como mínimo, garantiza que habrá una cobertura informativa (anuncios en medios locales, la colocación de vallas publicitarias, grabación de anuncios, etc.).

FOMENTO y el patrocinador valorarán a precio de mercado el servicio aportado debiendo alcanzar un importe mínimo de 10.000€, dada la tipología de elementos puesta por Fomento a disposición de la empresa adjudicataria para el patrocinio de las empresas interesadas. En el caso de contar con propuestas inferiores a dicha cuantía, FOMENTO podrá valorar su idoneidad. E tipo de patrocinios supondrá un máximo del 10% sobre el total de patrocinios captados. Sin embargo, la empresa adjudicataria podrá proponer a FOMENTO patrocinios de cantidades inferiores y de acuerdo al número de empresas interesadas en patrocinar, así como a los importes de las mismas, FOMENTO podrá optar por aceptar dichos patrocinios

La empresa adjudicataria deberá tener en cuenta la siguiente tipología de Patrocinadores:

- Entidades privadas y entidades públicas, **vinculadas a la ciudad de San Sebastián o al territorio histórico de la CAPV** y que compartan con FOMENTO los objetivos de promoción y el desarrollo económico y social de la ciudad a través de la innovación, la generación y transformación de conocimiento, el trabajo en red y el impulso y la gestión de proyectos, todo ello bajo criterios de sostenibilidad.

- Entidades privadas y entidades públicas, resto del **territorio nacional o internacional** que destaquen por su innovación, tradición, calidad, etc. y cuya actividad y valores sean coherentes con los que la ciudad de San Sebastián y el propio FOMENTO reflejan.

A modo orientativo, serán objeto de patrocinio los siguientes elementos de la Campaña de Navidad de San Sebastián 2021:

- Paseo Urumea:
  - Totems de señalización a lo largo del Mercado
- Plaza Ramón Labayen:
  - Ferial
  - Elemento de iluminación navideña
- Paseo La Concha:
  - Noria
  - Ferial infantil
  - Espectáculo de luz y sonido
- Alderdi Eder:
  - Bola luminosa de Navidad
- Plaza Constitución:
  - Elemento de iluminación navideña

Adicionalmente, la empresa adjudicataria y FOMENTO podrán proporcionar espacios y elementos alternativos de patrocinio.

Asimismo, deberá informar a FOMENTO previamente a la realización de las reuniones informativas y/o de negociación, pudiendo asistir la persona Responsable de FOMENTO si éste lo considerara oportuno.

En todos los casos, FOMENTO podrá indicar a la empresa adjudicataria, patrocinadores objetivo que desearía que fueran captados, y la empresa adjudicataria deberá realizar las actuaciones necesarias para la captación de los mismos.

Contacto continuo con los patrocinadores:

Asimismo, la empresa adjudicatario deberá mantener contacto continuo con los patrocinadores, y, en consecuencia, deberá realizar las siguientes actuaciones:

- Gestionar la comunicación entre la empresa patrocinadora y el departamento de Comunicación de FOMENTO para la recepción de los archivos de las marcas en

función del soporte deseado, así como de los materiales o elementos que en el acuerdo de patrocinio con las marcas se logre.

- Facilitar las gestiones a realizar entre los patrocinadores, FOMENTO y destinatarios finales de las ayudas o aportaciones, tanto para alcanzar el acuerdo de patrocinio como para el seguimiento posterior, supervisando el cumplimiento de las obligaciones adquiridas en los contratos/convenios.

- Proponer mejoras en los soportes y el lenguaje de comunicación utilizado en cuanto a la promoción de la campaña de Navidad de San Sebastián.

FOMENTO y la empresa adjudicataria podrán modificar el calendario establecido.

Finalización del servicio:

Tras la ejecución por parte de la empresa adjudicataria de las tareas mencionadas, ésta deberá preparar un **Informe Final del Servicio** que incluya, al menos, los siguientes apartados:

- Consecución de los objetivos
- Principales resultados alcanzados
- Incidencias identificadas
- Propuesta de mejora
- Valoración general que incluya una breve encuesta que realizará por parte de la empresa adjudicataria a los patrocinadores participantes.

Este informe se enviará a FOMENTO y se compartirá su valoración en una reunión de cierre del servicio que se celebre entre las partes.

Las tareas de gestión de patrocinadores, deberán de realizarse con cada patrocinador captado por la empresa adjudicataria, y la unidad de facturación, será el número de patrocinadores captados por la empresa adjudicataria.

No obstante, FOMENTO podrá contar con patrocinadores propios, sobre los que no se deberá realizar ninguna de estas tareas y que no serán objeto de facturación. Al comienzo de la prestación del objeto del Contrato, FOMENTO indicará en la reunión de comienzo del servicio, los patrocinadores con los que cuenta y en el caso de que captara alguno a lo largo de la prestación del objeto del contrato, así se lo comunicaría a la empresa adjudicataria, llevando la gestión de los mismos directamente y no pudiendo ser considerados éstos, unidades de facturación.

<u>Incentivo de captación de patrocinadores</u>

De acuerdo a lo anterior, y como **incentivo de captación de patrocinadores,** la empresa adjudicataria tendrá derecho a la comisión de 19% o el porcentaje de comisión ofertada en su proposición económica sobre la base del importe del nuevo patrocinio logrado en cada caso,

no teniendo éste, derecho alguno sobre los importes aportados por los patrocinadores propios de FOMENTO.

Para esto, la empresa adjudicataria deberá gestionar el nuevo patrocinio hasta el ingreso del importe acordado, momento en el que tendrá derecho a la percepción del porcentaje presupuestado en su oferta.

En San Sebastián a 2 de agosto de 2021

35775793Y
ENEKO GOIA
(R: P2007400A)

Digitalki sinatuta norengandik: 35775793Y ENEKO GOIA (R: P2007400A)
Data: 2021.08.02 14:03:03 +02'00'

Eneko Goia Laso
Presidente de Fomento de San Sebastián, S.A..