PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE CAPTACIÓN Y GESTIÓN DE PATROCINIOS Y MATERIALIZACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS DEL EVENTO EN LA CAMPAÑA DE NAVIDAD DE DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN 2026/2027 Y, EN SU CASO, 2027/2028 Y 2028/2029.

1. CONDICIONES BÁSICAS DEL SERVICIO

El objeto del contrato lo constituye la prestación de los servicios de captación y gestión de patrocinios y materialización de alianzas estratégicas del evento en la Campaña de Navidad de Donostia/San Sebastián (información disponible de la misma en https://www.donostiagabonetakoazoka.eus/es/).

El Ayuntamiento de San Sebastián a través de la Sociedad Fomento de San Sebastián, S.A. (en adelante, FOMENTO) organiza la Campaña de Navidad de la ciudad dirigida principalmente a los y las donostiarras y basada en los valores de Solidaridad, Sostenibilidad, Calidad e Innovación, con el objeto de generar una oferta atractiva y dinamizadora en estas fechas, que sirva para promocionar la imagen comercial de la ciudad y reforzar las ventas navideñas del comercio minorista local y dinamizar la actividad comercial de la ciudad.

2. TAREAS A REALIZAR POR PARTE DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA

A continuación, se detallan el conjunto de tareas que la empresa adjudicataria deberá llevar a cabo en la prestación del objeto del contrato:

1. CAPTACIÓN DE ENTIDADES PATROCINADORAS (Diseño y ejecución del Plan de captación de entidades patrocinadores) y GESTIÓN DE LAS ENTIDADES PATROCINADORAS

La empresa adjudicataria deberá diseñar y ejecutar un plan de captación de entidades patrocinadoras que aproveche el fuerte atractivo de Donostia como ciudad de referencia en innovación, cultura y turismo de calidad en la época navideña.

Dentro de esta tarea, la empresa adjudicataria deberá realizar y entregar a FOMENTO:

1.1- **Plan de captación de entidades patrocinadoras:**

Dicho plan definirá cómo una entidad va a asociarse y colaborar con FOMENTO para el desarrollo de la Campaña de Navidad para ganar visibilidad, reforzar su posicionamiento y conectar emocionalmente con el público durante el periodo navideño. Incluye la identificación de oportunidades de patrocinio (iluminación, actividades culturales, eventos, espacios urbanos, etc.), los objetivos de la marca, los públicos a los que se quiere llegar, las contraprestaciones económicas y de comunicación (presencia de marca, contenidos, activaciones) y los criterios de coherencia con los valores y el espíritu navideño, buscando una relación beneficiosa tanto para la entidad patrocinadora como para la Campaña de Navidad.

El plan deberá identificar un mínimo de 30 entidades que compartan estos valores y que deseen asociarse a una Campaña Navideña con un marcado carácter diferencial, basada en la excelencia estética, la sostenibilidad y la capacidad de generar experiencias únicas en un entorno urbano costero. La integración de las entidades patrocinadoras deberá reforzar la imagen de Donostia como ciudad que impulsa colaboraciones público-privadas innovadoras y alineadas con su visión estratégica. La empresa adjudicataria deberá realizar el contacto con las entidades, reuniones presenciales y/o online con un mínimo de 15 entidades, así como la gestión de los acuerdos, seguimiento y reporting.

Las entidades ya integradas en la Campaña de Navidad y que no serán objeto de captación son las siguientes: https://www.donostiagabonetakoazoka.eus/es/ (ver parte inferior de la publicación indicada en la página web).

1.2- Dossier comercial personalizado:

La empresa adjudicataria deberá traducir la propuesta de patrocinio en un Dossier comercial personalizado para cada entidad/marca/empresa (se establece un máximo de 15 dossieres) que incluya la propuesta navideña de la ciudad a cada entidad, explicando de forma clara las oportunidades de colaboración durante la Campaña de Navidad y permita atraer entidad, marcas y empresas, mostrando el alcance del programa navideño, los valores asociados, los públicos a los que se llega y las contraprestaciones de visibilidad y participación que se ofrecen.

1.3- Gestión de los Patrocinadores

La empresa adjudicataria será responsable de la gestión integral de los patrocinios de Navidad, incluyendo la planificación y coordinación de las convocatorias a los eventos, la recepción, comprobación y archivo de la documentación presentada por las entidades participantes, así como la atención y resolución de dudas durante todo el proceso. Asimismo, deberá realizar y remitir un informe final a cada entidad patrocinadora, que recoja las actuaciones realizadas y el impacto de la Campaña de Navidad en cada entidad.

2- MATERIALIZACIÓN DE LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS DEL EVENTO

La empresa adjudicataria deberá participar en la definición de la Estrategia de la Campaña de Navidad de Donostia/San Sebastián, articulando un posicionamiento que exprese de forma coherente y clara cómo queremos que el público perciba la Campaña y el carácter singular de la ciudad, su innovación, identidad, elegancia urbana y capacidad para combinar tradición y modernidad, teniendo en cuenta las Alianzas Estratégicas existentes.

Dentro de esta tarea, la empresa adjudicataria deberá realizar y entregar a FOMENTO:

2.1- **Plan estratégico de la Materialización de Alianzas Estratégicas en los eventos de la Campaña de Navidad:**

La empresa adjudicataria deberá participar en la generación de un documento que defina de manera planificada y coherente cómo visibilizar la Navidad desde FOMENTO, teniendo en cuenta la

identidad cultural, social y turística de la ciudad, estableciendo objetivos claros (dinamización comercial, atractivo turístico, participación ciudadana), identificando públicos clave (residentes, visitantes, comercio local) y participando en el diseño de los mensajes, tonos y acciones que conecten con los valores donostiarras —como la cercanía, la tradición y la convivencia— integrando la programación navideña, el espacio urbano y los distintos canales de comunicación para ofrecer una experiencia navideña reconocible, coordinada y significativa dando el mayor valor posible a las Alianzas Estratégicas.

Dentro del Plan estratégico, la empresa adjudicataria deberá participar en la construcción de la narrativa de la Navidad, entendida como un relato estratégico que dé sentido y coherencia a la comunicación durante el periodo navideño, alineando valores, emociones y mensajes clave y proponer acciones innovadoras que permitan alcanzar los objetivos.

2.2- Relación de acciones estratégicas, innovadoras y experienciales para el fortalecimiento de la Alianza Estratégica:

Además, la empresa adjudicataria deberá realizar acciones que permitan ejecutar el Plan estratégico para fortalecer las Alianzas Estratégicas, garantizando coherencia, atractivo y una proyección diferenciada respecto a otras campañas navideñas del entorno. Dichas acciones se diseñarán desde el prisma de la innovación y la generación de experiencias a las personas existentes (involucrando activamente al público y tratando de generar una experiencia memorable).

2.3- Asistencia en el diseño conceptual de los eventos, soportes y ambientación de los espacios para el fortalecimiento de la Alianza Estratégica.

La empresa adjudicataria deberá proporcionar asistencia técnica para el diseño conceptual y la ambientación de los espacios y eventos navideños de Donostia, incluyendo actos institucionales como la Inauguración de cara a fortalecer las Alianzas Estratégicas

La Campaña de Navidad se celebra tanto en el área central como en los barrios, si bien la presencia de soportes se desarrolla mayoritariamente en la zona centro En cuanto al acto de Inauguración, se toma como previsión el espacio de Alderdi Eder. Ubicándose el público tanto en Alderdi Eder, como en el Paseo de la Concha y celebrando un acto que incluya dicho espacio y la terraza del Ayuntamiento.

2.4- Propuesta de soportes y acciones estratégicas de los eventos de la Campaña de Navidad, en relación con las Alianzas Estratégicas:

La empresa adjudicataria deberá dar asistencia técnica en la creación de la forma visual y narrativa de toda la programación navideña de la ciudad, creando una imagen coherente, reconocible y alineada con su identidad cultural y urbana, incluyendo las Alianzas Estratégicas. Implica definir una línea creativa común —gráfica, verbal y emocional— que permita comunicar la Navidad de Donostia de manera clara y atractiva, transmitiendo sus valores e incluyendo todas las Alianzas Estratégicas creadas

Este trabajo incluye la supervisión del diseño de todos los materiales y canales de comunicación, tanto físicos como digitales: cartelería, programas, señalética urbana, piezas para redes sociales, contenidos audiovisuales y soportes informativos vinculados a los distintos eventos y acciones, así como la generación de cualquier modificación necesarias

2.5- Conceptualización del acto de Inauguración y diseño del espacio en relación con las Alianzas Estratégicas:

Dentro del Acto de Inauguración, la empresa adjudicataria deberá asistir técnicamente en la definición de la idea central del evento y la historia que se quiere contar, marcando el tono emocional y simbólico con el que se dará inicio a la Campaña de Navidad, desde el punto de vista de la Alianza Estratégica. Se trata de conseguir establecer, conjuntamente, un relato que conecte con la identidad de la ciudad, sus valores y su ciudadanía, y que convierta la inauguración en un momento significativo, memorable y compartido, capaz de generar ilusión, participación y sentido de pertenencia, alineándose con las Alianzas Estratégicas existentes

Paralelamente, la empresa adjudicataria deberá colaborar con FOMENTO en el diseño del espacio de Alderdi Eder donde se celebrará el acto, traduciendo el concepto narrativo en una experiencia física y visual. Implicará planificar la ambientación, la disposición de los elementos, la iluminación, el espacio del público y los puntos clave del evento. El objetivo es que el espacio refuerce la historia que se cuenta, potencie el impacto del acto inaugural y convierta Alderdi Eder en el escenario simbólico y emocional del arranque de la Navidad en Donostia, y se materialicen de alguna manera si es posible, las Alianzas Estratégicas

3. CALENDARIO DE TRABAJO:

La dedicación de la empresa adjudicataria se divide en tres fases:

1. Reunión de lanzamiento:

Al comienzo de la prestación de los servicios, la empresa adjudicataria se reunirá con FOMENTO para informarle de forma detallada sobre la ejecución del servicio. A su vez, FOMENTO le trasladará a la empresa adjudicataria la información operativa para el desarrollo del mismo (estado de la Campaña de Navidad, personas de contacto, etc.). Asimismo, intercambiarán la información relacionada con las personas interlocutoras, contactos y responsables de ambas partes.

La empresa adjudicataria deberá realizar cuantas reuniones estime necesarias FOMENTO para la correcta ejecución del contrato.

Estas reuniones no computarán como horas facturables en la prestación del servicio.

Dichas reuniones podrán realizarse de forma presencial o telemática, a requerimiento de FOMENTO.

2. Fase preparatoria de la Campaña de Navidad: 1 de junio – 3 de diciembre:

En esta fase se concentra el 70% de la dedicación de la empresa adjudicataria con una estimación de dedicación de15 horas semanales en total.

3. Inicio y fin de la Campaña de Navidad: 4 de diciembre – 6 de enero (ambos inclusive):

En esta fase se concentra el 30% de la dedicación de la empresa adjudicataria con una estimación de dedicación de 8 horas semanales en total.

Estas fechas son las estimadas para la edición del año 2026/2027 y serán concretadas en la reunión de lanzamiento de la prestación del servicio a la empresa adjudicataria. Para el resto de las ediciones, las fechas serán similares a éstas y serán proporcionadas por FOMENTO a la empresa adjudicataria con suficiente antelación también en la reunión de comienzo de prestación del servicio para que pueda organizar el servicio a realizar.

4. ARTICULACIÓN DEL SERVICIO:

Comunicación con FOMENTO:

La persona responsable del contrato, quien ocupará el puesto más alto en la estructura organizativa propuesta, será directamente responsable del trabajo técnico realizado y actuará como persona interlocutora principal con la persona responsable del Departamento de Comunicación de FOMENTO.

Traslado de necesidades:

FOMENTO trasladará a la empresa adjudicataria todos los servicios que se requieran bajo demanda en el marco de la Campaña de Navidad, y esta deberá detallar las horas de dedicación necesarias, así como las especificaciones técnicas concretas vinculadas a cada actividad a desarrollar y los plazos de ejecución. El plazo máximo de respuesta a cualquier solicitud será de un día hábil, entendido como 1 día laborable, entendido en horario de 9:00 a 15:00 h. A partir de dicha respuesta, y en función de la necesidad planteada, el plazo de ejecución de cada servicio será el que se acuerde expresamente entre FOMENTO y la empresa adjudicataria.

Disponibilidad de la empresa:

Para la realización de todos los trabajos objeto de esta contratación, se requiere que la empresa adjudicataria tenga una disponibilidad horaria de lunes a viernes en horario de 9:00 a 15:00. No obstante, de forma excepcional, se contempla que la empresa adjudicataria deba acudir a los eventos que se celebren durante el fin de semana. Se estima un máximo de 5 eventos de fin de semana desde el 04/12 – 06/01 con una duración máxima por evento de 2 horas y en un horario de 11h- 21h.

Así mismo, cabe indicar que la persona interlocutora de la empresa adjudicataria deberá asistir tanto a las sesiones de preparación de la Inauguración, como el propio día de la celebración.

No obstante, de acuerdo con el punto anterior, FOMENTO solicitará a la empresa adjudicataria toda solicitud que requiera en la prestación del objeto del contrato.

Participación en reuniones:

La empresa adjudicataria participará en las reuniones necesarias que FOMENTO determine y que se encuentren directamente relacionadas con la prestación del servicio

Estas reuniones no computarán como horas facturables en la prestación del servicio.

San Sebastián, en la fecha de la firma

44158497S IÑIGO OLAIZOLA (R: A20001681)
Digitalki sinatuta norengandik: 44158497S IÑIGO OLAIZOLA (R: A20001681)
Data: 2026.05.11 15:26:13 +02'00'

Iñigo Olaizola Arcaute
Director Gerente