

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN, POR LOTES, DE LOS SERVICIOS DE FORMACIÓN Y ASESORAMIENTO DIGITAL Y SMART PARA EL COMERCIO LOCAL ENMARCADAS EN EL PROGRAMA “Digital Dendak”

ENMARcado EN EL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA – FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA – NEXT GENERATION EU

1. CONDICIONES BÁSICAS DE LOS SERVICIOS

El objeto del contrato lo constituye la prestación de los servicios de Formación y Asesoramiento especializados en diferentes áreas estratégicas para los establecimientos Comerciales - Turísticos en su proceso de transformación digital, que serán desarrolladas con metodologías y formatos diferentes, y que se enmarcan en el programa “Digital Dendak”.

El Ayuntamiento de Donostia-San Sebastián tiene, entre otros, el objetivo de impulsar el desarrollo económico y social de la ciudad bajo criterios de sostenibilidad, desde la concertación y colaboración entre los diferentes agentes de la ciudad, y con una apuesta clara por transformar nuestro modelo de ciudad.

De cara a la consecución de este objetivo, y a través, especialmente, de la Sociedad Fomento de San Sebastián, viene desarrollando una serie de iniciativas y políticas dirigidas a la mejora competitiva y el impulso de la innovación del tejido económico, apostando por una diversificación sectorial, por un apoyo a la innovación y sectores intensivos en conocimiento y por el impulso de la transformación y adecuación a los nuevos paradigmas y modelos de gestión y consumo de sectores determinantes para la riqueza, el empleo y el posicionamiento de la ciudad como son el comercio y la hostelería.

En los últimos años, y en un contexto de cambio y transición a nuevos modelos influidos por la digitalización y sostenibilidad, nuevos modelos de negocio y transformación social, se añade el reto de adaptarnos a la situación post-pandemia, que ha planteado una necesidad urgente de acelerar un cambio en el modelo comercial, para dar respuesta a las nuevas pautas y hábitos sociales de consumo y convivencia, absolutamente claves para nuestro modelo de comercio y hostelería, los cuales tienen un peso importante en la caracterización de la estructura y tejido empresarial de la ciudad, así como en el empleo.

Según los últimos datos del Eustat, el número de establecimientos de comercio minorista en la ciudad vuelve a reducirse. Dicha tendencia a la baja iniciada en 2009 es compartida por todos los territorios y, además, en este último periodo se hace extensible a todas las ramas de actividad.

En Donostia-San Sebastián, según el Directorio de Actividades Económicas de Eustat (DIRAE 2021), los sectores del Comercio y Hostelería agrupan el 27,7% del total de establecimientos de la ciudad (5.084 establecimientos) y el 21,1% del empleo (20.327 empleos). La Hostelería aporta 1.418 establecimientos (7,7%) y 8.194 empleos (8,5%). El Comercio, con 3.666 establecimientos (20%) y 12.133 empleos (16,6%), tiene su mayor representación en el Comercio minorista, con 2.441 establecimientos (13,3%) y 8.265 empleos (8,6%). En cuanto al Valor Añadido Bruto, según los últimos datos del Eustat (2019), ambos sectores generan el 17,8% del total de la ciudad, siendo la Hostelería el 8,2% y el Comercio el 9,6%

En esta época de post-pandemia, la transformación de hábitos de compra, están modificando los modelos de compra. Las personas consumidoras, lo hacen de forma diferente; los flujos de gastos se están reconfigurando y estamos ante un perfil de consumo, concienciado y preocupado por la sostenibilidad y el estado de bienestar.

En esta etapa, Fomento de San Sebastián pone en marcha una nueva edición del programa “Digital Dendak”. Una medida de estímulo económico para apoyar la transformación digital de estos sectores, generar nuevas oportunidades de negocio y consolidar su competitividad. Un ejemplo de ello, es el market place: www.dssmarketplaza.eus, un gran e-commerce par el comercio minorista donostiarra, que Fomento ha puesto en marcha para facilitar el acceso a la venta on line a todo el comercio local, y apoyarles de forma práctica en la transformación digital de su negocio.

Fomento, considera una oportunidad, mantener esta línea de apoyo a los comercios, en su proceso de adaptación, formación y transformación digital que les permita fortalecerse en cuanto a capacidades, modelos de negocio, de trabajo, de adaptación a nuevos hábitos de consumo, nuevas oportunidades de mercado, etc.

Este año, 2022 y en el marco del plan de actuación para el Comercio local, Fomento pone en marcha un conjunto de herramientas y medidas dirigidas a apoyar el mantenimiento de su actividad económica y facilitarles la transformación de sus formas de trabajo y modelos de negocio a través de herramientas digitales y sostenibles.

Por ello, la concejalía de Impulso Económico a través de Fomento de San Sebastián plantea este programa Asesoramiento-Formación: “Digital Dendak”, como medida de formación de estos sectores hacia la transición digital, sostenible e inteligente, que opere como mecanismo de refuerzo de competitividad. Fomento se propone seguir ofreciendo contenido diferencial y de interés para estos establecimientos comerciales

“Digital Dendak”, es un servicio de formación y asesoramiento dirigido a impulsar procesos de digitalización en el comercio, a través de la formación, el asesoramiento personalizado especializado que permita apoyar su evolución digital y mejorar su competitividad. De manera específica, este programa persigue:

- Identificar necesidades digitales reales resultantes de los talleres de formación, programas y servicios desarrollados.

- Asesorar sobre tendencias y herramientas digitales que se están desarrollando en este sector, y que puedan ser idóneas para cada establecimiento.
- Apoyar la sostenibilidad de los establecimientos comerciales.
- Favorecer su implantación, acompañándolos en el proceso de transición digital, de forma individual y/o colectiva.
- Promocionar y consolidar capacidades y competencias digitales de aquellas personas que trabajen en el sector del comercio.
- Acompañar a los comercios en su viaje hacia la madurez digital.
- Crear prescriptores de la importancia de adquirir o seguir adquiriendo competencias y capacidades digitales para poder aplicarlas en tu negocio.

Este servicio se divide en diferentes áreas de trabajo en los que se profundizará en distintos ámbitos digitales, y se estructura en los siguientes lotes:

LOTE 1. Servicio de Asesoramiento y Formación especializada en Marketing Digital.

LOTE 2. Servicio de Asesoramiento y Formación especializada en Analítica de datos.

LOTE 3. Servicio de Asesoramiento y Formación especializada en Venta online.

LOTE 4. Servicio de Asesoramiento-Formación tecnológica-comercial y asistencia técnica para los establecimientos SmartKalea.

2. PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

De acuerdo a lo anteriormente descrito, los requerimientos de los servicios para cada uno de los lotes, son los siguientes:

Lote 1: Servicio de Asesoramiento y Formación especializada en Marketing Digital

A través de la contratación de este servicio, se requiere la formación y asesoramiento especializado en materia de marketing digital dirigida a comercios, estructurada en tres formatos: **Webinars, Formación intensiva específica y Asesoramiento personalizado en Marketing Digital.**

Se trata de orientar a los comercios en la definición de su imagen digital, su proyección y comunicación en el medio online, con el objeto de darse a conocer, vender productos, captar clientes y conseguir una posición competitiva relevante en el canal digital, de manera que los comercios participantes puedan elaborar un plan de marketing y comunicación digital adaptado a su negocio, con objetivos concretos, una estrategia definida, con un calendario y planificación de acciones concreto. En definitiva, apoyar a los establecimientos participantes a identificar los canales digitales que mejor se adaptan a su producto, a mejorar reputación y posicionamiento

en redes sociales generando un comercio singular con un servicio diferencial que le ayude a fidelizar un mayor número de clientes.

El sector comercial, desde una perspectiva general, es un sector con bajo perfil de digitalización por lo que, partiendo de esta premisa, será necesario adaptar el contenido del servicio a dicho perfil y mantener un lenguaje coherente y adaptado a esta situación.

Así pues, el **Servicio de Asesoramiento y Formación Especializada en Marketing Digital**, se estructura en tres formatos formativos diferenciados, al objeto de adaptarse mejor a los perfiles digitales de los comercios y asegurar un itinerario digital que les ayude a acelerar la transición digital de su negocio. Los formatos formativos son los siguientes:

- 1.- Webinars
- 2.- Formación Intensiva grupal.
- 3.- Asesoramiento personalizado.

1. WEBINARS en Marketing Digital.

Las Webinars son formaciones específicas, también llamadas píldoras formativas de una hora de duración. Estas sesiones formativas irán dirigidas a dar a conocer a los establecimientos comerciales, las claves, herramientas, medidas, acciones y estrategia a desarrollar en el ámbito del marketing digital. La realización de las Webinars, incluirá, la impartición directa de la sesión formativa, que estará diseñada para una duración de una hora. El servicio incluye, la generación de la documentación soporte, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición. Toda la documentación relativa a la webinar se elaborará en castellano y euskera.

Las webinars se realizarán en formato mixto (on line y presencial). La realización on line se realizará a través de la herramienta Zoom que Fomento pondrá a disposición de la empresa adjudicataria. La presencial se desarrollará en el espacio de Fomento, ubicado en la plaza Gipuzkoa nº 7 “Puntu Denda”. No obstante, podrán realizarse en formato on line, cuando la situación sanitaria, o razones de espacio y/o de horarios comerciales, así lo aconseje. En este caso la empresa adjudicataria informará de ello a Fomento para su visto bueno.

El número de establecimientos a participar en la webinar será de un mínimo de 10 y un máximo de 15. El horario de impartición de las webinars será en horario de mañana y de mediodía, de 8.30 a 11.30 h y de 13:30 a 16:30h y debiendo además la empresa adjudicataria, adaptarse a las necesidades concretas del público objetivo anteriormente descrito. En cada caso, se contrastará con Fomento, de acuerdo a las solicitudes y a la disponibilidad del público objetivo, los horarios concretos de la impartición de cada Webinar.

De entre las 5 temáticas propuestas presentadas por la empresa adjudicataria en fase de licitación y de acuerdo a las necesidades concretas del público objetivo, Fomento, conjuntamente con la empresa adjudicataria, determinarán las 3 temáticas concretas sobre las que realizar las Webinars.

A lo largo del plazo de duración del contrato y de acuerdo a las necesidades de los comercios y disponibilidad de los mismos, Fomento solicitará a la empresa adjudicataria, con suficiente tiempo, la ejecución de cada una de las 3 webinars objeto de esta contratación, acordando con la misma, las fechas concretas de impartición de acuerdo a todo lo anteriormente expuesto. Tras esta solicitud, la empresa adjudicataria deberá realizar el diseño de la webinar y enviarlo conjuntamente con toda la información y documentación relacionada a Fomento en un plazo no superior a 10 días laborales antes de su impartición, para su validación. La empresa adjudicataria deberá contrastar y hacer las modificaciones necesarias a cualquier sugerencia de Fomento, hasta la validación definitiva de las mismas por parte de Fomento.

Los participantes en las Webinars, serán comercios identificados en el proceso de Captación y Diagnóstico, tanto de este lote como de cualquier otro, que hayan mostrado interés en esta formación, pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en la Formación Intensiva Grupal y / o Asesoramiento Personalizado sobre Marketing Digital, y quieran profundizar más en el Marketing Digital. Fomento será quien de entre todos los comercios, dé a la empresa adjudicataria el listado definitivo sobre los participantes.

La empresa adjudicataria se encargará de realizar las convocatorias, elaborar los emails para su difusión en el sector, realizar seguimiento de asistencia a la formación, ...etc y cualesquiera que se derive de la misma.

Fomento, como propietaria de las webinars, podrá utilizar las presentaciones y documentación generada, y, hacerlas públicas en los foros y soportes que considere.

2. FORMACIÓN INTENSIVA GRUPAL en Marketing Digital.

A través de la contratación de esta Formación Intensiva Grupal en Marketing Digital, se requiere la realización de una serie de sesiones o módulos formativos ordenados entorno a un tema de marketing digital específico y programado que permita la obtención y mejora de competencias y capacidades específicas en este ámbito de marketing digital. Se requiere una formación intensiva especializada grupal, sobre un ámbito temático de Marketing digital, con un itinerario preparado y definido para ir profundizando en conceptos y actuaciones relacionados con el marketing digital. La Formación Intensiva Grupal, se podrá estructurar en un mínimo de 4 sesiones de 2 horas, pudiéndose adaptar el número de sesiones y su duración, a las necesidades y disponibilidad de los comercios, respetando el máximo de 8 horas de Formación Intensiva Grupal en Marketing Digital.

La realización de la Formación Intensiva Grupal en Marketing Digital, incluirá, la impartición directa de las sesiones formativas, que estarán diseñadas, adaptadas y estructuradas para una duración total de 8 horas, así como todas las actuaciones necesarias para su ideación, preparación y desarrollo. El servicio además incluye, la generación de la documentación soporte

de la formación, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición, que se elaborarán en castellano y euskera.

Las sesiones formativas se realizarán en formato mixto (on line y presencial). La realización on line se realizará a través de la herramienta Zoom que Fomento pondrá a disposición de la empresa licitadora. La presencial, se desarrollará en el espacio de Fomento, ubicado en la plaza Gipuzkoa nº 7 “Puntu Denda”. No obstante, podrán realizarse en formato on line, cuando la situación sanitaria, o razones de espacio y/o de horarios comerciales, así lo aconseje. En este caso la empresa adjudicataria informará de ello a Fomento, quien deberá aprobarlo.

El número de establecimientos a participar en las sesiones será de un mínimo de 6 y un máximo de 12.

El horario de impartición de las sesiones será en horario de mediodía, de 13:30 a 16:30H y debiendo además la empresa adjudicataria, adaptarse a las necesidades concretas del público objetivo anteriormente descrito. Así pues, se contrastará con Fomento, de acuerdo a las solicitudes y a la disponibilidad del público objetivo, los horarios concretos de la impartición de la Formación Intensiva Grupal en Marketing Digital.

De entre las 3 temáticas propuestas presentadas por la empresa adjudicataria en fase de licitación y de acuerdo a las necesidades concretas del público objetivo, Fomento, conjuntamente con la empresa adjudicataria, determinará la temática concreta sobre la que realizar la Formación Intensiva Grupal en Marketing Digital.

A lo largo del plazo de duración del contrato y de acuerdo a las necesidades de los comercios y disponibilidad de los mismos, Fomento solicitará a la empresa adjudicataria, con suficiente tiempo, la ejecución de dicha Formación Intensiva Grupal en Marketing Digital objeto de esta contratación, acordando con la misma, las fechas concretas de impartición de acuerdo a todo lo anteriormente expuesto.

Tras esta solicitud, la empresa adjudicataria deberá realizar el diseño de la Formación Intensiva Grupal en Marketing Digital y enviarlo conjuntamente con toda la información y documentación relacionada a Fomento en un plazo no superior a 10 días laborales antes de su impartición, para su validación. La empresa adjudicataria deberá contrastar y hacer las modificaciones necesarias a cualquier sugerencia de Fomento.

Los participantes del servicio de Formación Intensiva Grupal, serán comercios identificados en el proceso de Captación y Diagnóstico, tanto de este lote como de cualquier otro, que hayan mostrado interés en recibir esta formación, pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en los formatos webinars y / o Asesoramiento Personalizado sobre Marketing Digital, y quieran profundizar más en el marketing digital.

Fomento, como propietaria del programa formativo y las sesiones, podrá utilizar las presentaciones y documentación generada, y, hacerlas públicas en los foros y soportes que considere.

3. ASESORAMIENTO PERSONALIZADO en Marketing Digital.

A través de este servicio, se requiere que la empresa adjudicataria realice un Asesoramiento Personalizado en el ámbito del Marketing Digital, que incluirá un diagnóstico y asesoramiento individual y personalizado, que permita de manera rápida y eficaz identificar las necesidades y oportunidades de los establecimientos comerciales, priorizarlas y proponer soluciones reales y efectivas en este ámbito digital.

En la prestación del servicio, la empresa adjudicataria deberá tener especial atención en que este asesoramiento ha de servir para apoyar a los establecimientos comerciales en el desarrollo y puesta en marcha de técnicas y herramientas que les ayuden a mejorar los procesos de comunicación y ventas.

La duración del Asesoramiento Personalizado sobre Marketing Digital que la empresa adjudicataria realizará a cada establecimiento, será de acuerdo a las necesidades detectadas en la Captación y Diagnóstico y sobre las empresas captadas en dicha actuación, con el visto bueno de Fomento y que nunca superen el tiempo máximo de 5 horas.

En la realización del Asesoramiento Personalizado sobre Marketing Digital, además, la empresa adjudicataria deberá de realizar, con cada empresa asesorada, un seguimiento y asistencia de 1 hora, a desarrollar dentro de los tres meses siguientes a la finalización del servicio de asesoramiento, en el que, deberán contrastar la situación concreta de la empresa en relación con las actuaciones planteadas a lo largo del Asesoramiento Personalizado sobre Marketing Digital, posibles dudas que les pudieran surgir, así como la evolución experimentada por la misma.

Será obligación de la empresa adjudicataria, además, reportar toda la información relacionada sobre el Asesoramiento Personalizado sobre Marketing Digital con cada una de las empresas, así como la evolución, para el correcto seguimiento, control y visto bueno de Fomento de dicho servicio de Asesoramiento Personalizado sobre Marketing Digital.

Se hace una estimación máxima de 150 horas en la realización del servicio de Asesoramiento Personalizado sobre Marketing Digital, que será distribuida de desigual forma entre los comercios participantes, de acuerdo a las necesidades detectadas y la propuesta de actuación aprobada por Fomento tras la Captación y Diagnóstico.

La realización del Asesoramiento Personalizado sobre Marketing Digital, se realizará a partir del diseño, elaboración y realización del diagnóstico (análisis) de marketing digital de los establecimientos participantes, tras el cual se identificarán las necesidades (tipo de comunicación que utiliza, off/on line, tipo de rrss que utilizan, grado de conocimiento, tipo de inversión, volumen de ventas...etc.) para definir las herramientas y acciones a poner en marcha en sus negocios. Este asesoramiento se diseñará y adaptará a la duración del mismo, debiendo estar claramente diferenciado los materiales de asesoramiento de acuerdo a la duración de dicho asesoramiento que la empresa adjudicataria realice a Fomento para su aprobación.

Este servicio se realizará de acuerdo a la propuesta presentada por la empresa adjudicataria en fase de licitación, tras la reunión de puesta en marcha del servicio, en la que se hubieran aclarado cualquier punto relacionado, con los comercios seleccionados tras la Captación y Selección de Comercios Participantes, siguiendo el esquema básico sobre el que realizar en el asesoramiento y el seguimiento (contenidos a tratar, duración estimada, diagnóstico, duración, seguimiento, ...etc) y teniendo en cuenta que todo ello, deberá de estar bien calendarizado. A partir de la selección de las empresas participantes, la empresa adjudicataria deberá de tener disponibilidad para la realización del Asesoramiento Personalizado de forma inmediata.

El número de empresas que la empresa adjudicataria deberá proponer a Fomento para la participación en este servicio, en la realización de la tarea de Captación y Selección de empresas participantes, será de entre 30 y 40, debiendo, además, plantear 10 adicionales, en un plazo inferior a 20 días naturales tras la firma del contrato y realización de la reunión de puesta en marcha del servicio.

El servicio que la empresa adjudicataria deberá realizar, incluye, la generación de la documentación soporte del asesoramiento, diagnóstico, sesiones de asesoramiento, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición, que se elaborarán en castellano y euskera.

Las sesiones de asesoramiento se realizarán en formato mixto (on line y presencial). La realización on line se realizará a través de la herramienta Zoom que Fomento pondrá a disposición de la empresa licitadora. La presencial, se desarrollará en el espacio de Fomento, ubicado en la plaza Gipuzkoa nº 7 “Puntu Denda”. No obstante, podrán realizarse en formato on line, cuando la situación sanitaria, o razones de espacio y/o de horarios comerciales, así lo aconseje. En este caso la empresa adjudicataria informará de ello a Fomento, quien deberá aprobarlo.

El número de establecimientos participantes será de aproximadamente 30 establecimientos, sobre los que se realizará el asesoramiento contrastado con Fomento, a medida de sus necesidades, de hasta 5 horas, además del seguimiento del mismo y resolución de posibles cuestiones en todos los casos, de 1 hora adicional, como ya se ha indicado con anterioridad.

Los participantes en el servicio de Asesoramiento Personalizado sobre Marketing Digital, serán comercios identificados en el proceso de Captación y Diagnóstico, tanto de este lote como de cualquier otro, que hayan mostrado interés en recibir este Asesoramiento, pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en los formatos webinars y / o Formación Intensiva Grupal, y quieran profundizar más en el marketing digital.

El horario a desarrollar el asesoramiento, dependerá de las necesidades del comercio participantes, debiendo en cualquier caso realizarlo entre las 8.30h y las 20:00H. de lunes a viernes y debiendo además la empresa adjudicataria, adaptarse a las necesidades concretas del público objetivo anteriormente descrito. En cada caso, se contrastará con Fomento, de acuerdo a las solicitudes y a la disponibilidad del público objetivo, los horarios concretos del Asesoramiento Personalizado en Marketing Digital.

ENTREGABLES

En la prestación del Servicio objeto de este Lote 1, Servicio de Asesoramiento y Formación Especializada en Marketing Digital, la empresa adjudicataria, como parte de la realización del mismo y sin coste adicional, deberá de presentar, para todas y cada una de las actuaciones anteriormente descritas, Webinars, Formación Intensiva grupal y Asesoramiento personalizado, la siguiente documentación:

- Informe de cada actuación desarrollada, que contenga la siguiente estructura: Descripción de la actuación desarrollada; dimensión y alcance en el sector comercial en general y en los comercios participantes en particular, metodología empleada, calendario, establecimientos y personas participantes, resultados(mejoras) alcanzados, impacto en el comercio.
- Informe de asesoramiento personalizado de cada comercio participante, con detalle expreso del perfil digital del establecimiento, actuaciones realizadas e itinerario digital a seguir en un futuro próximo.
- Informe final del servicio que contenga la valoración general del servicio desarrollado con detalle de:
 - Resultados alcanzados,
 - Comercios participantes.
 - Descripción del desarrollo-realización de las actuaciones realizadas.
 - Descripción de las mejoras/resultados e impacto e identificación de necesidades a futuro.
 - Evaluación y valoración general del servicio y de cada uno de los formatos: webinars, formación y asesoramiento.

CAPTACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

Dentro de la prestación del objeto de este Lote, Servicio de Asesoramiento y Formación Especializada en Marketing Digital, además, y como parte de los servicios anteriormente descritos, la empresa adjudicataria, de acuerdo a la propuesta realizada en fase de licitación, se encargará del diseño, desarrollo y realización de la campaña de captación de los establecimientos participantes, así como de la relación con los establecimientos comerciales.

Tras la firma del contrato, Fomento se reunirá con la empresa adjudicataria en el plazo máximo de 10 días y contrastará la propuesta, aclarando cualquier punto que se considere por parte de cualquiera de las dos partes, para su inmediata puesta en marcha como primer punto de partida en la realización del servicio relacionado con el Lote 1, que deberá de realizarse a lo largo de 1

mes tras esta reunión.

La empresa adjudicataria deberá captar en total, un mínimo de 45 y un máximo de 50 establecimientos, que estén interesados en participar en los servicios objeto de este lote. Por cada servicio, se requerirá el mínimo establecido en las condiciones concretas del mismo, debiendo de realizarse previamente la captación de los comercios.

En la captación y diagnóstico, se requerirá que, por cada comercio captado, se realice un diagnóstico inicial previo al del Servicio de Asesoramiento Personalizado, en el que, de acuerdo a la situación concreta del comercio en relación con el Marketing Digital, se le propongan, uno, dos o los tres servicios concretos de este lote, y éste muestre interés y compromiso en la participación en los mismos. Sin este compromiso e interés, la empresa no será identificada como captada.

En el caso de que no fuera posible llegar a este número, la empresa adjudicataria deberá justificar este hecho a través de un informe detallado que justifique este hecho y exponga las razones de la imposibilidad del logro, en cuyo caso, Fomento podrá validar el servicio, siempre que haya un mínimo de 30 establecimientos captados.

Además, y de forma casual, podrán captar empresas interesadas en la participación en los servicios del resto de lotes de esta licitación, para lo cual, Fomento identificaría una información a aportar si así se requiriera, en la Captación y Selección de los establecimientos Comerciales para la participación en los servicios objeto de este lote.

Tanto para el seguimiento de la Digitalización de las empresas captadas o en el caso de que alguna de las empresas hubiera sido captada para la participación en los servicios objeto de los otros lotes y así facilitar la derivación a la empresa adjudicataria de los mismos, Fomento pondrá a disposición de la empresa adjudicataria una herramienta de diagnóstico digital (que forma parte de la plataforma DSSMP) que la empresa adjudicataria podrá utilizar, para dejar constancia de la valoración del perfil digital de cada comercio participante, analizar su estado digital, y derivar los comercios a los diferentes formatos del servicio.

Una vez identificados los establecimientos comerciales interesados en el servicio, la empresa adjudicataria propondrá la selección definitiva de comercios y el formato formativo al que son derivados, para su aprobación por Fomento.

La empresa adjudicataria elaborará un informe por cada establecimiento seleccionado, dónde hará constar la razón de su elección y de acuerdo al diagnóstico previo realizado en relación con el Marketing Digital y los diferentes formatos que propone para dicho establecimiento.

En el caso concreto de las empresas propuestas para el Servicio de Asesoramiento Personalizado, además de tener de la propuesta de entre 30 y 40 establecimientos y 10 de reserva de acuerdo a las condiciones concretas de este servicio, la empresa adjudicataria deberá anexar por cada una, un informe de selección de un máximo de 700 caracteres y un mínimo de 500.

En el caso concreto que un comercio sea propuesto para participar en más de un formato (por

ejemplo, webinar en el ámbito del Marketing Digital y Asesoramiento Personalizado en el ámbito del Marketing Digital) la empresa adjudicataria deberá, además, justificar las razones de la propuesta realizada.

En todos los casos, Fomento validará la propuesta, pudiendo presentar candidatos adicionales o rechazar algunos de los propuestos.

Con esta información, Fomento de San Sebastián junto con la empresa adjudicataria, orquestará una programación del servicio calendarizada, con establecimientos participantes y formato formativo correspondiente al que se le deriva.

En todo caso, para el formato de Formación intensiva grupal, los comercios adheridos en el DSSMP, tiene preferencia para participar frente a cualquier otro comercio donostiarra.

SEGUIMIENTO DEL SERVICIO

Durante toda la duración del contrato, se realizarán mensualmente reuniones de seguimiento del servicio entre Fomento y la empresa adjudicataria con el objetivo de valorar el servicio, el estado de las actuaciones que se están trabajando y/o se han trabajado, cronograma, dificultades que puedan surgir...etc.

Además, se realizarán todas aquellas reuniones de seguimiento que sean necesarias para la buena marcha del servicio, y que podrán ser convocadas por Fomento o por la empresa contratada.

En estas reuniones, la empresa adjudicataria deberá de presentar toda la información relativa a la ejecución del servicio, indicando la situación de ejecución concreta de los Webinars, Formaciones Intensivas Grupales y Asesoramientos Personalizados, así como la de los comercios y empresas participantes, para el seguimiento, control y visto bueno por parte de Fomento de San Sebastián.

Lote 2: Servicio de Asesoramiento y Formación especializada en Analítica de datos

A través de la contratación de este servicio, se requiere de formación y asesoramiento especializado en materia de Analítica de Datos dirigida a comercios, estructurada en tres formatos: **Webinars, Formación intensiva específica y Asesoramiento personalizado en Analítica de datos.**

Se trata de apoyar y orientar a los comercios en el objetivo de definir una estrategia digital entorno al dato para que sean capaces de ordenar el volumen de datos que generan, interpretarlo y actuar para conseguir resultados. En definitiva, apoyar a los establecimientos participantes a identificar las canales y estrategias que les permita recoger todos los datos que necesiten y les ayude a filtrarlos para poder explotarlos de la manera más beneficios y con una mayor

orientación estratégica posible, generando un comercio singular con un servicio diferencial que le ayude a fidelizar un mayor número de clientes.

El sector comercial, desde una perspectiva general, es un sector con bajo perfil de digitalización por lo que, partiendo de esta premisa, será necesario adaptar el contenido del servicio a dicho perfil y mantener un lenguaje coherente y adaptado a esta situación.

Así pues, el **Servicio de Asesoramiento y Formación Especializada en Analítica de Datos**, se estructura en tres formatos formativos diferenciados, al objeto de adaptarse mejor a los perfiles digitales de los comercios y asegurar un itinerario digital que les ayude a acelerar la transición digital de su negocio.

Los formatos formativos son los siguientes:

- 1.- Webinars
- 2.- Formación Intensiva grupal.
- 3.- Asesoramiento personalizado.

1. WEBINARS en Analítica de datos

Las Webinars son formaciones específicas, también llamadas píldoras formativas de una hora de duración. Estas sesiones formativas irán dirigidas a dar a conocer a los establecimientos comerciales, las claves, herramientas, medidas, acciones y estrategia a desarrollar en el ámbito de la Analítica de Datos. La realización de las Webinars, incluirá, la impartición directa de la sesión formativa, que estará diseñada para una duración de una hora. El servicio incluye, la generación de la documentación soporte, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición. Toda la documentación relativa a la webinar se elaborará en castellano y euskera.

Las webinars se realizarán en formato mixto (on line y presencial). La realización on line se realizará a través de la herramienta Zoom que Fomento pondrá a disposición de la empresa adjudicataria. La presencial se desarrollará en el espacio de Fomento, ubicado en la plaza Gipuzkoa nº 7 “Puntu Denda”. No obstante, podrán realizarse en formato on line, cuando la situación sanitaria, o razones de espacio y/o de horarios comerciales, así lo aconseje. En este caso la empresa adjudicataria informará de ello a Fomento para su visto bueno.

El número de establecimientos a participar en la webinar será de un mínimo de 10 y un máximo de 15. El horario de impartición de las webinars será en horario de mañana y de mediodía, de 8.30 a 11.30 h y de 13:30 a 16:30H y debiendo además la empresa adjudicataria, adaptarse a las necesidades concretas del público objetivo anteriormente descrito. En cada caso, se contrastará con Fomento, de acuerdo a las solicitudes y a la disponibilidad del público objetivo, los horarios concretos de la impartición de cada Webinar.

De entre las 5 temáticas propuestas presentadas por la empresa adjudicataria en fase de licitación y de acuerdo a las necesidades concretas del público objetivo, Fomento,

conjuntamente con la empresa adjudicataria, determinarán las 3 temáticas concretas sobre las que realizar las Webinars.

A lo largo del plazo de duración del contrato y de acuerdo a las necesidades de los comercios y disponibilidad de los mismos, Fomento solicitará a la empresa adjudicataria, con suficiente tiempo, la ejecución de cada una de las 3 webinars objeto de esta contratación, acordando con la misma, las fechas concretas de impartición de acuerdo a todo lo anteriormente expuesto. Tras esta solicitud, la empresa adjudicataria deberá realizar el diseño de la webinar y enviarlo conjuntamente con toda la información y documentación relacionada a Fomento en un plazo no superior a 10 días laborales antes de su impartición, para su validación. La empresa adjudicataria deberá contrastar y hacer las modificaciones necesarias a cualquier sugerencia de Fomento, hasta la validación definitiva de las mismas por parte de Fomento.

Los participantes en las Webinars, serán comercios identificados en el proceso de Captación y Diagnóstico, tanto de este lote como de cualquier otro, que hayan mostrado interés en esta formación, pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en la Formación Intensiva Grupal y / o Asesoramiento Personalizado sobre Analítica de Datos, y quieran profundizar más en el Analítica de Datos.

La empresa adjudicataria se encargará de realizar las convocatorias, elaborar los emails para su difusión en el sector, realizar seguimiento de asistencia a la formación, ...etc y cualesquiera que se derive de la misma.

Fomento, como propietaria de las webinars, podrá utilizar las presentaciones y documentación generada, y, hacerlas públicas en los foros y soportes que considere.

2. FORMACIÓN INTENSIVA GRUPAL en Analítica de datos

A través de la contratación de esta Formación Intensiva Grupal en Analítica de Datos se requiere la realización de una serie de sesiones o módulos formativos ordenados entorno a un tema de Analítica de Datos específico y programado que permita la obtención y mejora de competencias y capacidades específicas en este ámbito de Analítica de Datos. Se requiere una formación intensiva especializada grupal, sobre un ámbito temático de Analítica de Datos, con un itinerario preparado y definido para ir profundizando en conceptos y actuaciones relacionados con la Analítica de Datos. La Formación Intensiva Grupal, se podrá estructurar en un mínimo de 4 sesiones de 2 horas, pudiéndose adaptar el número de sesiones y su duración, a las necesidades y disponibilidad de los comercios, respetando el máximo de 8 horas de Formación Intensiva Grupal en Analítica de Datos.

La realización de la Formación Intensiva Grupal en Analítica de Datos, incluirá, la impartición directa de las sesiones formativas, que estarán diseñadas, adaptadas y estructuradas para una duración total de 8 horas, así como todas las actuaciones necesarias para su ideación, preparación y desarrollo. El servicio además incluye, la generación de la documentación soporte

de la formación, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición, que se elaborarán en castellano y euskera.

Las sesiones formativas se realizarán en formato mixto (on line y presencial). La realización on line se realizará a través de la herramienta Zoom que Fomento pondrá a disposición de la empresa licitadora. La presencial, se desarrollará en el espacio de Fomento, ubicado en la plaza Gipuzkoa nº 7 “Puntu Denda”. No obstante, podrán realizarse en formato on line, cuando la situación sanitaria, o razones de espacio y/o de horarios comerciales, así lo aconseje. En este caso la empresa adjudicataria informará de ello a Fomento, quien deberá aprobarlo.

El número de establecimientos a participar en las sesiones será de un mínimo de 6 y un máximo de 12.

El horario de impartición de las sesiones será en horario de mediodía, de 13:30 a 16:30H y debiendo además la empresa adjudicataria, adaptarse a las necesidades concretas del público objetivo anteriormente descrito. Así pues, se contrastará con Fomento, de acuerdo a las solicitudes y a la disponibilidad del público objetivo, los horarios concretos de la impartición de la Formación Intensiva Grupal en Analítica de Datos.

De entre las 3 temáticas propuestas presentadas por la empresa adjudicataria en fase de licitación y de acuerdo a las necesidades concretas del público objetivo, Fomento, conjuntamente con la empresa adjudicataria, determinará la temática concreta sobre la que realizar la Formación Intensiva Grupal en Analítica de Datos.

A lo largo del plazo de duración del contrato y de acuerdo a las necesidades de los comercios y disponibilidad de los mismos, Fomento solicitará a la empresa adjudicataria, con suficiente tiempo, la ejecución de dicha Formación Intensiva Grupal en Analítica de Datos objeto de esta contratación, acordando con la misma, las fechas concretas de impartición de acuerdo a todo lo anteriormente expuesto.

Tras esta solicitud, la empresa adjudicataria deberá realizar el diseño de la Formación Intensiva Grupal en Analítica de Datos y enviarlo conjuntamente con toda la información y documentación relacionada a Fomento en un plazo no superior a 10 días laborales antes de su impartición, para su validación.

La empresa adjudicataria deberá contrastar y hacer las modificaciones necesarias a cualquier sugerencia de Fomento.

Los participantes del servicio de Formación Intensiva Grupal, serán comercios identificados en el proceso de Captación y Diagnóstico, tanto de este lote como de cualquier otro, que hayan mostrado interés en recibir esta formación, pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en los formatos webinars y / o Asesoramiento Personalizado sobre Analítica de Datos, y quieran profundizar más en la Analítica de Datos.

Fomento, como propietaria del programa formativo y las sesiones, podrá utilizar las presentaciones y documentación generada, y, hacerlas públicas en los foros y soportes que considere.

3. ASESORAMIENTO PERSONALIZADO en Analítica de datos

A través de este servicio, se requiere que la empresa adjudicataria realice un Asesoramiento Personalizado en el ámbito del Analítica de Datos, que incluirá un diagnóstico y asesoramiento individual y personalizado, que permita de manera rápida y eficaz identificar las necesidades y oportunidades de los establecimientos comerciales, priorizarlas y proponer soluciones reales y efectivas en este ámbito digital.

En la prestación del servicio, la empresa adjudicataria deberá tener especial atención en que este asesoramiento ha de servir para apoyar a los establecimientos comerciales en el desarrollo y puesta en marcha de técnicas y herramientas que les ayuden a mejorar los procesos de análisis de datos, así como su identificación y evaluación para mejorar su negocio.

La duración del Asesoramiento Personalizado sobre Analítica de Datos que la empresa adjudicataria realizará a cada establecimiento, será de acuerdo a las necesidades detectadas en la Captación y Diagnóstico y sobre las empresas captadas en dicha actuación, con el visto bueno de Fomento y que nunca superen el tiempo máximo de 5 horas.

En la realización del Asesoramiento Personalizado sobre Analítica de Datos, además, la empresa adjudicataria deberá realizar, con cada empresa asesorada, un seguimiento y asistencia de 1 hora, a desarrollar dentro de los tres meses siguientes a la finalización del servicio de asesoramiento, en el que, deberán de contrastar la situación concreta de la empresa en relación con las actuaciones planteadas a lo largo del Asesoramiento Personalizado sobre Analítica de Datos, posibles dudas que les pudieran surgir, así como la evolución experimentada por la misma.

Será obligación de la empresa adjudicataria, además, reportar toda la información relacionada sobre el Asesoramiento Personalizado sobre Analítica de Datos con cada una de las empresas, así como la evolución, para el correcto seguimiento, control y visto bueno de Fomento de dicho servicio de Asesoramiento Personalizado sobre Analítica de Datos.

Se hace una estimación máxima de 150 horas en la realización del servicio de Asesoramiento Personalizado sobre Analítica de Datos, que será distribuida de desigual forma entre los comercios participantes, de acuerdo a las necesidades detectadas y la propuesta de actuación aprobada por Fomento tras la Captación y Diagnóstico.

La realización del Asesoramiento Personalizado sobre Analítica de Datos, se realizará a partir del diseño, elaboración y realización del diagnóstico (análisis) de la Analítica del Dato de los establecimientos participantes, tras el cual se identificarán las necesidades (los canales de obtención de datos, fuentes e identificación de indicadores de monitorización, alternativas de tratamiento de datos a monitorizar, grado de conocimiento de herramientas de análisis de datos... etc.) para definir las herramientas y acciones a poner en marcha en sus negocios. Este asesoramiento se diseñará y adaptará a la duración del mismo, debiendo estar claramente

diferenciados los materiales de asesoramiento de acuerdo a la duración de dicho asesoramiento que la empresa adjudicataria realice a Fomento para su aprobación.

Este servicio se realizará de acuerdo a la propuesta presentada por la empresa adjudicataria en fase de licitación, tras la reunión de puesta en marcha del servicio, en la que se hubieran aclarado cualquier punto relacionado, con los comercios seleccionados tras la Captación y Selección de Comercios Participantes, siguiendo el esquema básico sobre el que realizar el asesoramiento y el seguimiento (contenidos a tratar, duración estimada, diagnóstico, duración, seguimiento, ...etc) y teniendo en cuenta que todo ello, deberá de estar bien calendarizado. A partir de la selección de las empresas participantes, la empresa adjudicataria deberá de tener disponibilidad para la realización del Asesoramiento Personalizado de forma inmediata.

El número de empresas que la empresa adjudicataria deberá proponer a Fomento para la participación en este servicio, en la realización de la tarea de Captación y Selección de empresas participantes, será de entre 30 y 40, debiendo, además, plantear 10 adicionales, en un plazo inferior a 20 días naturales tras la firma del contrato y realización de la reunión de puesta en marcha del servicio.

El servicio que la empresa adjudicataria deberá de realizar, incluye, la generación de la documentación soporte del asesoramiento, diagnóstico, sesiones de asesoramiento, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición, que se elaborarán en castellano y euskera.

Las sesiones de asesoramiento se realizarán en formato mixto (on line y presencial). La realización on line se realizará a través de la herramienta Zoom que Fomento pondrá a disposición de la empresa licitadora. La presencial, se desarrollará en el espacio de Fomento, ubicado en la plaza Gipuzkoa nº 7 “Puntu Denda”. No obstante, podrán realizarse en formato on line, cuando la situación sanitaria, o razones de espacio y/o de horarios comerciales, así lo aconseje. En este caso la empresa adjudicataria informará de ello a Fomento, quien deberá aprobarlo.

El número de establecimientos participantes será de aproximadamente 30 establecimientos, sobre los que se realizará el asesoramiento contrastado con Fomento, a medida de sus necesidades, de hasta 5 horas, además del seguimiento del mismo y resolución de posibles cuestiones en todos los casos, de 1 hora adicional, como ya se ha indicado con anterioridad.

Los participantes en el servicio de Asesoramiento Personalizado sobre Analítica de Datos, serán comercios identificados en el proceso de Captación y Diagnóstico, tanto de este lote como de cualquier otro, que hayan mostrado interés en recibir este Asesoramiento, pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en los formatos webinars y / o Formación Intensiva Grupal, y quieran profundizar más en la Venta Online.

El horario a desarrollar el asesoramiento, dependerá de las necesidades del comercio participantes, debiendo en cualquier caso realizarlo entre las 8.30h y las 20:00H. de lunes a viernes y debiendo además la empresa adjudicataria, adaptarse a las necesidades concretas del público objetivo anteriormente descrito. En cada caso, se contrastará con Fomento, de acuerdo a las solicitudes y a la disponibilidad del público objetivo, los horarios concretos del Asesoramiento Personalizado en Analítica de Datos.

ENTREGABLES

En la prestación del Servicio objeto de este Lote 2, Servicio de Asesoramiento y Formación Especializada en Analítica de Datos, la empresa adjudicataria, como parte de la realización del mismo y sin coste adicional, deberá de presentar, para todas y cada una de las actuaciones anteriormente descritas, Webinars, Formación Intensiva grupal y Asesoramiento personalizado, la siguiente documentación:

- Informe de cada actuación desarrollada, que contenga la siguiente estructura: Descripción de la actuación desarrollada; dimensión y alcance en el sector comercial en general y en los comercios participantes en particular, metodología empleada, calendario, establecimientos y personas participantes, resultados(mejoras) alcanzados e impacto en el comercio.
- Informe de asesoramiento personalizado de cada comercio participante, con detalle expreso del perfil digital del establecimiento, actuaciones realizadas e itinerario digital a seguir en un futuro próximo.
- Informe final del servicio que contenga la valoración general del servicio desarrollado con detalle de:
 - Resultados alcanzados,
 - Comercios participantes.
 - Descripción del desarrollo-realización de las actuaciones realizadas.
 - Descripción de las mejoras/resultados e impacto e identificación de necesidades a futuro.
 - Evaluación y valoración general del servicio y de cada uno de los formatos: webinars, formación y asesoramiento.

CAPTACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

Dentro de la prestación del objeto de este Lote, Servicio de Asesoramiento y Formación Especializada en Analítica del Dato, además, y como parte de los servicios anteriormente descritos, la empresa adjudicataria, de acuerdo a la propuesta realizada en fase de licitación, se encargará del diseño, desarrollo y realización de la campaña de captación de los establecimientos participantes, así como de la relación con los establecimientos comerciales.

Tras la firma del contrato, Fomento se reunirá con la empresa adjudicataria en el plazo máximo

de 10 días y contrastará la propuesta, aclarando cualquier punto que se considere por parte de cualquiera de las dos partes, para su inmediata puesta en marcha como primer punto de partida en la realización del servicio relacionado con el Lote 2, que deberá de realizarse a lo largo de 1 mes tras esta reunión.

La empresa adjudicataria deberá captar en total, un mínimo de 45 y un máximo de 50 establecimientos, que estén interesados en participar en los servicios objeto de este lote. Por cada servicio, se requerirá el mínimo establecido en las condiciones concretas del mismo, debiendo de realizarse previamente la captación de los comercios.

En la captación y diagnóstico, se requerirá que, por cada comercio captado, se realice un diagnóstico inicial previo al del Servicio de Asesoramiento Personalizado, en el que, de acuerdo a la situación concreta del comercio en relación con la Analítica del Dato, se le propongan, uno, dos o los tres servicios concretos de este lote, y éste muestre interés y compromiso en la participación en los mismos. Sin este compromiso e interés, la empresa no será identificada como captada.

En el caso de que no fuera posible llegar a este número, la empresa adjudicataria deberá justificar este hecho a través de un informe detallado que justifique este hecho y exponga las razones de la imposibilidad del logro, en cuyo caso, Fomento podrá validar el servicio, siempre que haya un mínimo de 30 establecimientos captados.

Además, y de forma casual, podrán captar empresas interesadas en la participación en los servicios de los servicios del resto de lotes de esta licitación, para lo cual, Fomento identificaría una información a aportar si así se requiriera, en la Captación y Selección de los establecimientos Comerciales para la participación en los servicios objeto de este lote.

Tanto para el seguimiento de la Digitalización de las empresas captadas o en el caso de que alguna de las empresas hubiera sido captada para la participación en los servicios objeto de los otros lotes y así facilitar la derivación a la empresa adjudicataria de los mismos, Fomento pondrá a disposición de la empresa adjudicataria una herramienta de diagnóstico digital (que forma parte de la plataforma DSSMP) que la empresa adjudicataria podrá utilizar, para dejar constancia de la valoración del perfil digital de cada comercio participante, analizar su estado digital, y derivar los comercios a los diferentes formatos del servicio

Una vez identificados los establecimientos comerciales interesados en el servicio, la empresa adjudicataria propondrá la selección definitiva de comercios y el formato formativo al que son derivados, para su aprobación por Fomento.

La empresa adjudicataria elaborará un informe por cada establecimiento seleccionado, dónde hará constar la razón de su elección y de acuerdo al diagnóstico previo realizado en relación con la Analítica de Datos y los diferentes formatos que propone para dicho establecimiento.

En el caso concreto de las empresas propuestas para el Servicio de Asesoramiento Personalizado, además de tener de la propuesta de entre 30 y 40 establecimientos y 10 de reserva de acuerdo a las condiciones concretas de este servicio, la empresa adjudicataria deberá anexar

por cada una, un informe de selección de un máximo de 700 caracteres y un mínimo de 500.

En el caso concreto que un comercio sea propuesto para participar en más de un formato (por ejemplo, webinar en el ámbito de la Analítica del Dato y Asesoramiento Personalizado en el ámbito de la Analítica del Dato) la empresa adjudicataria deberá, además, justificar las razones de la propuesta realizada.

En todos los casos, Fomento validará la propuesta, pudiendo presentar candidatos adicionales o rechazar algunos de los propuestos.

Con esta información, Fomento de San Sebastián junto con la empresa adjudicataria, orquestrará una programación del servicio calendarizada, con establecimientos participantes y formato formativo correspondiente al que se le deriva.

En todo caso, para el formato de Formación intensiva grupal, los comercios adheridos en el DSSMP, tiene preferencia para participar frente a cualquier otro comercio donostiarra.

SEGUIMIENTO DEL SERVICIO

Durante toda la duración del contrato, se realizarán mensualmente reuniones de seguimiento del servicio entre Fomento y la empresa adjudicataria con el objetivo de valorar el servicio, el estado de las actuaciones que se están trabajando y/o se han trabajado, cronograma, dificultades que puedan surgir...etc.

Además, se realizarán todas aquellas reuniones de seguimiento que sean necesarias para la buena marcha del servicio, y que podrán ser convocadas por Fomento o por la empresa contratada.

En estas reuniones, la empresa adjudicataria deberá presentar toda la información relativa a la ejecución del servicio, indicando la situación de ejecución concreta de los Webinars, Formaciones Intensivas Grupales y Asesoramientos Personalizados, así como la de los comercios y empresas participantes, para el seguimiento, control y visto bueno por parte de Fomento de San Sebastián.

Lote 3: Servicio de Asesoramiento y Formación especializada en la Venta Online

A través de la contratación de este servicio, se requiere la formación y asesoramiento especializado en materia de la Venta Online dirigida a comercios, estructurada en tres formatos: **Webinars, Formación intensiva específica y Asesoramiento personalizado en la Venta Online**

Se trata de apoyar y orientar a los comercios en el objetivo de definir una estrategia digital entorno a la venta online. En definitiva, se trata de apoyar y orientar a los comercios en los mecanismos y herramientas básicas de la venta en internet, habilitadores y plataformas e-

commerce, así como conocer al cliente digital para que puedan tomar decisiones conscientes a la hora de iniciar una estrategia para la venta online.

El sector comercial, desde una perspectiva general, es un sector con bajo perfil de digitalización por lo que, partiendo de esta premisa, será necesario adaptar el contenido del servicio a dicho perfil y mantener un lenguaje coherente y adaptado a esta situación.

Así pues, el **Servicio de Asesoramiento y Formación Especializada en Venta Online**, se estructura en tres formatos formativos diferenciados, al objeto de adaptarse mejor a los perfiles digitales de los comercios y asegurar un itinerario digital que les ayude a acelerar la transición digital de su negocio.

Los formatos formativos son los siguientes:

- 1.- Webinars
- 2.- Formación Intensiva grupal.
- 3.- Asesoramiento personalizado.

1. WEBINARS en la Venta Online

Las Webinars son formaciones específicas, también llamadas píldoras formativas de una hora de duración. Estas sesiones formativas irán dirigidas a dar a conocer a los establecimientos comerciales, las claves, herramientas, medidas, acciones y estrategia a desarrollar en el ámbito de la Venta Online. La realización de las Webinars, incluirá, la impartición directa de la sesión formativa, que estará diseñada para una duración de una hora. El servicio incluye, la generación de la documentación soporte, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición. Toda la documentación relativa a la webinar se elaborará en castellano y euskera.

Las webinars se realizarán en formato mixto (on line y presencial). La realización on line se realizará a través de la herramienta Zoom que Fomento pondrá a disposición de la empresa adjudicataria. La presencial se desarrollará en el espacio de Fomento, ubicado en la plaza Gipuzkoa nº 7 “Puntu Denda”. No obstante, podrán realizarse en formato on line, cuando la situación sanitaria, o razones de espacio y/o de horarios comerciales, así lo aconseje. En este caso la empresa adjudicataria informará de ello a Fomento para su visto bueno.

El número de establecimientos a participar en la webinar será de un mínimo de 10 y un máximo de 15. El horario de impartición de las webinars será en horario de mañana y de mediodía, de 8.30 a 11.30 h y de 13:30 a 16:30H y debiendo además la empresa adjudicataria, adaptarse a las necesidades concretas del público objetivo anteriormente descrito. En cada caso, se contrastará con Fomento, de acuerdo a las solicitudes y a la disponibilidad del público objetivo, los horarios concretos de la impartición de cada Webinar

De entre las 5 temáticas propuestas presentadas por la empresa adjudicataria en fase de licitación y de acuerdo a las necesidades concretas del público objetivo, Fomento,

conjuntamente con la empresa adjudicataria, determinarán las 3 temáticas concretas sobre las que realizar las Webinars.

A lo largo del plazo de duración del contrato y de acuerdo a las necesidades de los comercios y disponibilidad de los mismos, Fomento solicitará a la empresa adjudicataria, con suficiente tiempo, la ejecución de cada una de las 3 webinars objeto de esta contratación, acordando con la misma, las fechas concretas de impartición de acuerdo a todo lo anteriormente expuesto. Tras esta solicitud, la empresa adjudicataria deberá realizar el diseño de la webinar y enviarlo conjuntamente con toda la información y documentación relacionada a Fomento en un plazo no superior a 10 días laborales antes de su impartición, para su validación.

La empresa adjudicataria deberá contrastar y hacer las modificaciones necesarias a cualquier sugerencia de Fomento, hasta la validación definitiva de las mismas por parte de Fomento.

Los participantes en las Webinars, serán comercios identificados en el proceso de Captación y Diagnóstico, tanto de este lote como de cualquier otro, que hayan mostrado interés en esta formación pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en la Formación Intensiva Grupal y / o Asesoramiento Personalizado sobre Venta Online, y quieran profundizar más en la Venta Online.

La empresa adjudicataria se encargará de realizar las convocatorias, elaborar los emails para su difusión en el sector, realizar seguimiento de asistencia a la formación, ...etc y cualesquiera que se derive de la misma.

Fomento, como propietaria de las webinars, podrá utilizar las presentaciones y documentación generada, y, hacerlas públicas en los foros y soportes que considere.

2. FORMACIÓN INTENSIVA GRUPAL en la Venta Online

A través de la contratación de esta Formación Intensiva Grupal en Venta Online, se requiere la realización de una serie de sesiones o módulos formativos ordenados entorno a un tema de Venta Online específico y programado que permita la obtención y mejora de competencias y capacidades específicas en este ámbito de la Venta Online. Se requiere una formación intensiva especializada grupal, sobre un ámbito temático de la Venta Online, con un itinerario preparado y definido para ir profundizando en conceptos y actuaciones relacionados con la Venta Online. La Formación Intensiva Grupal, se podrá estructurar en un mínimo de 4 sesiones de 2 horas, pudiéndose adaptar el número de sesiones y su duración, a las necesidades y disponibilidad de los comercios, respetando el máximo de 8 horas de Formación Intensiva Grupal en Venta Online.

La realización de la Formación Intensiva Grupal en Venta Online, incluirá, la impartición directa de las sesiones formativas, que estarán diseñadas, adaptadas y estructuradas para una duración total de 8 horas, así como todas las actuaciones necesarias para su ideación, preparación y desarrollo. El servicio además incluye, la generación de la documentación soporte

de la formación, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición, que se elaborarán en castellano y euskera.

Las sesiones formativas se realizarán en formato mixto (on line y presencial). La realización on line se realizará a través de la herramienta Zoom que Fomento pondrá a disposición de la empresa licitadora. La presencial, se desarrollará en el espacio de Fomento, ubicado en la plaza Gipuzkoa nº 7 “Puntu Denda”. No obstante, podrán realizarse en formato on line, cuando la situación sanitaria, o razones de espacio y/o de horarios comerciales, así lo aconseje. En este caso la empresa adjudicataria informará de ello a Fomento, quien deberá aprobarlo.

El número de establecimientos a participar en las sesiones será de un mínimo de 6 y un máximo de 12.

El horario de impartición de las sesiones será en horario de mediodía, de 13:30 a 16:30H y debiendo además la empresa adjudicataria, adaptarse a las necesidades concretas del público objetivo anteriormente descrito. Así pues, se contrastará con Fomento, de acuerdo a las solicitudes y a la disponibilidad del público objetivo, los horarios concretos de la impartición de la Formación Intensiva Grupal en Venta Online.

De entre las 3 temáticas propuestas presentadas por la empresa adjudicataria en fase de licitación y de acuerdo a las necesidades concretas del público objetivo, Fomento, conjuntamente con la empresa adjudicataria, determinará la temática concreta sobre la que realizar la Formación Intensiva Grupal en Venta Online.

A lo largo del plazo de duración del contrato y de acuerdo a las necesidades de los comercios y disponibilidad de los mismos, Fomento solicitará a la empresa adjudicataria, con suficiente tiempo, la ejecución de dicha Formación Intensiva Grupal en Venta Online objeto de esta contratación, acordando con la misma, las fechas concretas de impartición de acuerdo a todo lo anteriormente expuesto.

Tras esta solicitud, la empresa adjudicataria deberá realizar el diseño de la Formación Intensiva Grupal en Venta Online y enviarlo conjuntamente con toda la información y documentación relacionada a Fomento en un plazo no superior a 10 días laborales antes de su impartición, para su validación.

La empresa adjudicataria deberá contrastar y hacer las modificaciones necesarias a cualquier sugerencia de Fomento.

Los participantes del servicio de Formación Intensiva Grupal, serán comercios identificados en el proceso de Captación y Diagnóstico, tanto de este lote como de cualquier otro, que hayan mostrado interés en recibir esta formación pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en los formatos webinars y / o Asesoramiento Personalizado sobre Venta Online, y quieran profundizar más en la Venta Online.

Fomento, como propietaria del programa formativo y las sesiones, podrá utilizar las presentaciones y documentación generada, y, hacerlas públicas en los foros y soportes que considere.

3. ASESORAMIENTO PERSONALIZADO en la Venta Online

A través de este servicio, se requiere que la empresa adjudicataria realice un Asesoramiento Personalizado en el ámbito de la Venta Online, que incluirá un diagnóstico y asesoramiento individual y personalizado, que permita de manera rápida y eficaz identificar las necesidades y oportunidades de los establecimientos comerciales, priorizarlas y proponer soluciones reales y efectivas en este ámbito digital.

En la prestación del servicio, la empresa adjudicataria deberá tener especial atención en que este asesoramiento ha de servir para apoyar a los establecimientos comerciales en el análisis de herramientas y soportes web, estrategia on line, posicionamiento seo, pasarelas de pago, ...etc que les ayuden a desarrollar y abrir el canal de venta on line.

La duración del Asesoramiento Personalizado sobre Venta Online que la empresa adjudicataria realizará a cada establecimiento, será de acuerdo a las necesidades detectadas en la Captación y Diagnóstico y sobre las empresas captadas en dicha actuación, con el visto bueno de Fomento y que nunca superen el tiempo máximo de 5 horas.

En la realización del Asesoramiento Personalizado sobre Venta Online, además, la empresa adjudicataria deberá de realizar, con cada empresa asesorada, un seguimiento y asistencia de 1 hora, a desarrollar dentro de los tres meses siguientes a la finalización del servicio de asesoramiento, en el que, deberán contrastar la situación concreta de la empresa en relación con las actuaciones planteadas a lo largo del Asesoramiento Personalizado sobre Venta Online, posibles dudas que les pudieran surgir, así como la evolución experimentada por la misma.

Será obligación de la empresa adjudicataria, además, reportar toda la información relacionada sobre el Asesoramiento Personalizado sobre Venta Online con cada una de las empresas, así como la evolución, para el correcto seguimiento, control y visto bueno de Fomento de dicho servicio de Asesoramiento Personalizado sobre Venta Online.

Se hace una estimación máxima de 150 horas en la realización del servicio de Asesoramiento Personalizado sobre Venta Online, que será distribuida de desigual forma entre los comercios participantes, de acuerdo a las necesidades detectadas y la propuesta de actuación aprobada por Fomento tras la Captación y Diagnóstico.

La realización del Asesoramiento Personalizado sobre Venta Online, se realizará a partir del diseño, elaboración y realización del diagnóstico (análisis) de la venta online de los establecimientos participantes, tras el cual se identificarán las necesidades (soportes digitales, posicionamiento seo, el cliente digital potencial, gama de productos más adecuados para la venta online, política de precios orientada, política logística y delivery a utilizar, herramientas para la creación de e-commerce, orientación estratégica, estrategias de “escaparatismo online”..., etc.) para definir las herramientas y acciones a poner en marcha en sus negocios. Este asesoramiento se diseñará y adaptará a la duración del mismo, debiendo estar claramente diferenciado los

materiales de asesoramiento de acuerdo a la duración de dicho asesoramiento que la empresa adjudicataria realice a Fomento para su aprobación.

Este servicio se realizará de acuerdo a la propuesta presentada por la empresa adjudicataria en fase de licitación, tras la reunión de puesta en marcha del servicio, en la que se hubieran aclarado cualquier punto relacionado, con los comercios seleccionados tras la Captación y Selección de Comercios Participantes, siguiendo el esquema básico sobre el que realizar el asesoramiento y el seguimiento (contenidos a tratar, duración estimada, diagnóstico, duración, seguimiento, ...etc) y teniendo en cuenta que todo ello, deberá de estar bien calendarizado. A partir de la selección de las empresas participantes, la empresa adjudicataria deberá de tener disponibilidad para la realización del Asesoramiento Personalizado de forma inmediata.

El número de empresas que la empresa adjudicataria deberá proponer a Fomento para la participación en este servicio, en la realización de la tarea de Captación y Selección de empresas participantes, será de entre 30 y 40, debiendo, además, plantear 10 adicionales, en un plazo inferior a 20 días naturales tras la firma del contrato y realización de la reunión de puesta en marcha del servicio.

El servicio que la empresa adjudicataria deberá de realizar, incluye, la generación de la documentación soporte del asesoramiento, diagnóstico, sesiones de asesoramiento, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición, que se elaborarán en castellano y euskera.

Las sesiones de asesoramiento se realizarán en formato mixto (on line y presencial). La realización on line se realizará a través de la herramienta Zoom que Fomento pondrá a disposición de la empresa licitadora. La presencial, se desarrollará en el espacio de Fomento, ubicado en la plaza Gipuzkoa nº 7 “Puntu Denda”. No obstante, podrán realizarse en formato on line, cuando la situación sanitaria, o razones de espacio y/o de horarios comerciales, así lo aconseje. En este caso la empresa adjudicataria informará de ello a Fomento, quien deberá aprobarlo.

El número de establecimientos participantes será de aproximadamente 30 establecimientos, sobre los que se realizará el asesoramiento contrastado con Fomento, a medida de sus necesidades, de hasta 5 horas, además del seguimiento del mismo y resolución de posibles cuestiones en todos los casos, de 1 hora adicional, como ya se ha indicado con anterioridad.

Los participantes en el servicio de Asesoramiento Personalizado sobre Venta Online, serán comercios identificados en el proceso de Captación y Diagnóstico, tanto de este lote como de cualquier otro, que hayan mostrado interés en recibir este Asesoramiento pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en los formatos webinars y / o Formación Intensiva Grupal, y quieran profundizar más en la Venta Online.

El horario a desarrollar el asesoramiento, dependerá de las necesidades del comercio participante, debiendo en cualquier caso realizarlo entre las 8.30h y las 20:00H. de lunes a viernes y debiendo además la empresa adjudicataria, adaptarse a las necesidades concretas del público objetivo anteriormente descrito. En cada caso, se contrastará con Fomento, de acuerdo a las solicitudes y a la disponibilidad del público objetivo, los horarios concretos del Asesoramiento Personalizado en Venta Online.

ENTREGABLES

En la prestación del Servicio objeto de este Lote 3, Servicio de Asesoramiento y Formación Especializada en Venta Online, la empresa adjudicataria, como parte de la realización del mismo y sin coste adicional, deberá de presentar, para todas y cada una de las actuaciones anteriormente descritas, Webinars, Formación Intensiva grupal y Asesoramiento personalizado, la siguiente documentación:

- Informe de cada actuación desarrollada, que contenga la siguiente estructura: Descripción de la actuación desarrollada; dimensión y alcance en el sector comercial en general y en los comercios participantes en particular, metodología empleada, calendario, establecimientos y personas participantes, resultados(mejoras) alcanzados e impacto en el comercio.
- Informe de asesoramiento personalizado de cada comercio participantes, con detalle expreso del perfil digital del establecimiento, actuaciones realizadas e itinerario digital a seguir en un futuro próximo.
- Informe final del servicio que contenga la valoración general del servicio desarrollado con detalle de:
 - Resultados alcanzados,
 - Comercios participantes.
 - Descripción del desarrollo-realización de las actuaciones realizadas.
 - Descripción de las mejoras/resultados e impacto e identificación de necesidades a futuro.
 - Evaluación y valoración general del servicio y de cada uno de los formatos: webinars, formación y asesoramiento.

CAPTACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

Dentro de la prestación del objeto de este Lote, Servicio de Asesoramiento y Formación Especializada en Venta Online, además, y como parte de los servicios anteriormente descritos, la empresa adjudicataria, de acuerdo a la propuesta realizada en fase de licitación, se encargará del diseño, desarrollo y realización de la campaña de captación de los establecimientos participantes, así como de la relación con los establecimientos comerciales.

Tras la firma del contrato, Fomento se reunirá con la empresa adjudicataria en el plazo máximo

de 10 días y contrastará la propuesta, aclarando cualquier punto que se considere por parte de cualquiera de las dos partes, para su inmediata puesta en marcha como primer punto de partida en la realización del servicio relacionado con el Lote 3, que deberá de realizarse a lo largo de 1 mes tras esta reunión.

La empresa adjudicataria deberá captar en total, un mínimo de 45 y un máximo de 50 establecimientos, que estén interesados en participar en los servicios objeto de este lote. Por cada servicio, se requerirá el mínimo establecido en las condiciones concretas del mismo, debiendo de realizarse previamente la captación de los comercios.

En la captación y diagnóstico, se requerirá que, por cada comercio captado, se realice un diagnóstico inicial previo al del Servicio de Asesoramiento Personalizado, en el que, de acuerdo a la situación concreta del comercio en relación con la Venta Online, se le propongan, uno, dos o los tres servicios concretos de este lote, y éste muestre interés y compromiso en la participación en los mismos. Sin este compromiso e interés, la empresa no será identificada como captada.

En el caso de que no fuera posible llegar a este número, la empresa adjudicataria deberá justificar este hecho a través de un informe detallado que justifique este hecho y exponga las razones de la imposibilidad del logro, en cuyo caso, Fomento podrá validar el servicio, siempre que haya un mínimo de 30 establecimientos captados.

Además, y de forma casual, podrán captar empresas interesadas en la participación en los servicios del resto de lotes de esta licitación, para lo cual, Fomento identificaría una información a aportar si así se requiriera, en la Captación y Selección de los establecimientos Comerciales para la participación en los servicios objeto de este lote.

Tanto para el seguimiento de la Digitalización de las empresas captadas o en el caso de que alguna de las empresas hubiera sido captada para la participación en los servicios objeto de los otros lotes y así facilitar la derivación a la empresa adjudicataria de los mismos, Fomento pondrá a disposición de la empresa adjudicataria una herramienta de diagnóstico digital (que forma parte de la plataforma DSSMP) que la empresa adjudicataria podrá utilizar, para dejar constancia de la valoración del perfil digital de cada comercio participante, analizar su estado digital, y derivar los comercios a los diferentes formatos del servicio.

Una vez identificados los establecimientos comerciales interesados en el servicio, la empresa adjudicataria propondrá la selección definitiva de comercios y el formato formativo al que son derivados, para su aprobación por Fomento.

La empresa adjudicataria elaborará un informe por cada establecimiento seleccionado, dónde hará constar la razón de su elección y de acuerdo al diagnóstico previo realizado en relación con la Venta Online y los diferentes formatos que propone para dicho establecimiento.

En el caso concreto de las empresas propuestas para el Servicio de Asesoramiento Personalizado, además de tener de la propuesta de entre 30 y 40 establecimientos y 10 de reserva de acuerdo a las condiciones concretas de este servicio, la empresa adjudicataria deberá anexar por cada una, un informe de selección de un máximo de 700 caracteres y un mínimo de 500.

En el caso concreto que un comercio sea propuesto para participar en más de un formato (por ejemplo, webinar en el ámbito de la Venta Online y Asesoramiento Personalizado en el ámbito de la Venta Online) la empresa adjudicataria deberá, además, justificar las razones de la propuesta realizada.

En todos los casos, Fomento validará la propuesta, pudiendo presentar candidatos adicionales o rechazar algunos de los propuestos.

Con esta información, Fomento de San Sebastián junto con la empresa adjudicataria, orquestrará una programación del servicio calendarizada, con establecimientos participantes y formato formativo correspondiente al que se le deriva.

En todo caso, para el formato de Formación intensiva grupal, los comercios adheridos en el DSSMP, tiene preferencia para participar frente a cualquier otro comercio donostiarra.

SEGUIMIENTO DEL SERVICIO

Durante toda la duración del contrato, se realizarán mensualmente reuniones de seguimiento del servicio entre Fomento y la empresa adjudicataria con el objetivo de valorar el servicio, el estado de las actuaciones que se están trabajando y/o se han trabajado, cronograma, dificultades que puedan surgir...etc.

Además, se realizarán todas aquellas reuniones de seguimiento que sean necesarias para la buena marcha del servicio, y que podrán ser convocadas por Fomento o por la empresa contratada.

En estas reuniones, la empresa adjudicataria deberá de presentar toda la información relativa a la ejecución del servicio, indicando la situación de ejecución concreta de los Webinars, Formaciones Intensivas Grupales y Asesoramientos Personalizados, así como la de los comercios y empresas participantes, para el seguimiento, control y visto bueno por parte de Fomento de San Sebastián.

Lote 4. Servicio de Asistencia Técnica al desarrollo de SmartKalea y Asesoramiento tecnológico-comercial para los establecimientos SmartKalea.

El objeto del contrato lo constituye la prestación de los servicios de Asesoramiento-formación tecnológico-comercial en la gestión comercial de un negocio y de Asistencia Técnica al desarrollo de actuaciones Smartkalea en los establecimientos comerciales Smartkalea de la ciudad, con el fin de apoyar la eficiencia y sostenibilidad de sus servicios y productos y consolidar su dimensión competitiva.

Las actuaciones Smartkalea se enmarcan dentro del proyecto “Smartkalea” de Fomento de San Sebastián, S.A. dirigido a impulsar las energías renovables y la eficiencia energética. Se trata de un proyecto colaborativo con distintos departamentos del Ayuntamiento de Donostia (Departamento de Medio Ambiente, Departamento de Infraestructuras y Servicios Urbanos, Departamento de Movilidad, Centro Informático Municipal, etc.) coordinados por Fomento de San Sebastián, además de diversos colaboradores tecnológicos (empresas tecnológicas locales), y en cuyo programa tienen una participación los establecimientos comerciales de la ciudad.

Estas actuaciones Smartkalea se han desarrollado en diversos barrios y calles de la ciudad. Inicialmente se materializaron en la Calle Mayor, en la Parte Vieja Donostiarra, para ampliar sus actuaciones al Paseo de Altza en el barrio de Altza, la calle Sancho el Sabio en Amara y Txomin Enea en Loiola-Martutene. En todas estas zonas, se ha implicado a los establecimientos comerciales ofreciéndoles asesoramiento-formación tecnológico-comercial para su negocio y otras medidas de eficiencia energética y sostenibilidad.

En la prestación del servicio relacionado con esta contratación, se atenderán las zonas Smartkalea, además de la nueva zona a incorporar, el centro de la ciudad, con los establecimientos comerciales ubicados en este área de la ciudad, establecimientos, a quienes ofrecer el servicio de Asesoramiento-formación tecnológico comercial, y otros servicios del proyecto Smartkalea, dirigido a apoyar la eficiencia energética y sostenibilidad comercial, tales como el asesoramiento energético, compra agrupada de energía, instalación de sensores de conteo y tracking, ...que, no siendo objeto de esta licitación, se ofrecen a los establecimientos comerciales ubicados en las calles smartkalea.

El sector comercial, desde una perspectiva general, es un sector con perfil tecnológico-comercial débil, por lo que, partiendo de esta premisa, es necesario adaptar los contenidos del servicio a dicho perfil y mantener en todo momento, un lenguaje coherente y adaptado a esta situación.

Las actuaciones específicas en las que desglosamos este servicio son:

- **Asistencia técnica al desarrollo de actuaciones SmartKalea**

La asistencia técnica está orientada a asegurar la coordinación y seguimiento de todas las actuaciones desarrolladas en cada una de las áreas geográficas smartkalea (Parte Vieja, Altza, Amara, Loiola-Martutene y Centro) con los establecimientos comerciales participantes en smartkalea. Este servicio de asistencia técnica realizará además del seguimiento de las actuaciones, la comunicación a realizar a estos establecimientos comerciales smartkalea. Este servicio incluirá además del servicio de asesoramiento-formación tecnológico comercial en la gestión comercial, otras actuaciones smartkalea, tales como el asesoramiento energético, compra agrupada de energía, instalación de sensores de conteo y tracking, ...etc

- **Captación de establecimientos comerciales Smartkalea.**

Esta actuación, está orientada a captar establecimientos comerciales participantes, así como a

mantener una la relación ágil y continuada con dichos establecimientos comerciales. Este servicio incluirá además del servicio de asesoramiento-formación tecnológico comercial en la gestión comercial, otras actuaciones smartkalea, tales como el asesoramiento energético, compra agrupada de energía, instalación de sensores de conteo y tracking, ...etc

▪ **Servicio asesoramiento personalizado en el ámbito Tecnológico – Comercial**

El asesoramiento-formación tecnológico-comercial tiene por objeto ofrecer un servicio de formación y consultoría en todas las áreas de gestión de un negocio OFF/ON line: estrategia de mercado, política comercial, área de ventas, sistemas de información y gestión, estudio de la competencia, fidelización y atención del cliente, merchandising y técnicas de dinamización, gestión del punto de venta, comunicación.

De acuerdo a lo anteriormente descrito, en concreto, las actuaciones a realizar por la empresa adjudicataria en cada punto, serán las siguientes:

1- Asistencia técnica al desarrollo de SmartKalea

A través de este servicio se requiere que la empresa adjudicataria realice una Asistencia Técnica a Fomento de San Sebastián en el desarrollo de las actuaciones Smartkalea con los establecimientos comerciales ubicados en las calles Smartkalea y que estén adheridos al proyecto, así como los de las nuevas calles Semarkalea

Este servicio consiste en coordinar las actuaciones y servicios Smartkalea que Fomento de San Sebastián desarrolle en los establecimientos comerciales Smartkalea, ya sean relacionados con esta licitación o no y hacer el seguimiento de cada una de ellas, incluyendo la realización y gestión de la comunicación con los establecimientos comerciales Smartkalea.

Estos servicios son, el servicio de Asesoramiento-formación tecnológico comercial, el servicio de asesoramiento energético, de compra agrupada de energía, de instalación de sensores de conteo y tracking y cualquier otro servicio que sea ofrecido dentro del proyecto a los establecimientos Smartkalea.

Estas tareas se realizan en cada una de las áreas geográficas smartkalea (Parte Vieja, Altza, Amara, Loiola-Martutene y Centro), con cada uno de los establecimientos comerciales smartkalea y para cada una de las actuaciones smartkalea que se pongan en marcha.

Las actuaciones a realizar en este servicio por la empresa adjudicataria son las siguientes:

- a) Registro de los establecimientos comerciales que se encuentren ubicados en la nueva zona de intervención Smartkalea en la base de datos existente de comercios Smartkalea, que sean susceptibles de colaborar y participar en este proyecto. Las bases de datos de las zonas en las que ya opera el proyecto Smartkalea, serán facilitadas por Fomento de San Sebastián a la empresa adjudicataria.

- b) Diseño de las cartas, emails, a enviar a los establecimientos comerciales para informarles del proyecto y sus diversas actuaciones, tanto las de realización directa (asesoramiento-formación tecnológica comercial) como los servicios de asesorías de energía, el servicio de compra agrupada de energía, de instalación de sensores de conteo y tracking. Siendo Fomento de San Sebastián, quien decida para cada actuación, quien deberá enviarlas, la empresa adjudicataria o Fomento.
- c) Elaboración y Seguimiento de un calendario de desarrollo de las actuaciones, en el que se agenden por zonas geográficas y por establecimientos comerciales su realización, que será siempre validado por Fomento San Sebastián.
- d) Realización del contacto directo con los establecimientos Smartkalea para la gestión de las actuaciones del proyecto Smartkalea. Esta actuación se podrá desarrollar a través de diversos canales: reuniones on line, emails, llamadas de teléfono etc. En cualquier caso, deberá mantener como mínimo dos reuniones presenciales con los establecimientos comerciales: una de ellas al inicio de cada actuación para informar sobre la misma y otra al final de la misma para realizar su evaluación.
- e) Realización del seguimiento mensual de las actuaciones del proyecto Smartkalea. De este seguimiento reportará un **Informe Mensual de Seguimiento de la Asistencia Técnica del Desarrollo de Smartkalea** a Fomento de San Sebastián, en el que se incluirá también, la información relacionada con los contactos directos con los comercios participantes y el seguimiento de las actuaciones con cada uno de ellos
- f) Atención y resolución de incidencias y dudas que puedan surgir en el desarrollo de los servicios con los establecimientos Smartkalea. La información relacionada, contactos atendidos, incidencias y sugerencias, será incluida en el informe mensual a entregar.
- g) Seguimiento general de las actuaciones de comunicación de los servicios a los establecimientos Smartkalea.

Como punto de partida en la prestación de esta Asistencia, Fomento se reunirá con la empresa adjudicataria en un plazo inferior a 10 días tras la firma del contrato, **Reunión de Puesta en Marcha del servicio**, para contrastar la propuesta por la empresa adjudicataria realizada, así como para la comunicación, por parte de Fomento de los plazos concretos del programa SmartKalea y las primeras actuaciones a desarrollar por parte de la misma, su alcance y los plazos requeridos.

Además, en esta reunión, Fomento trasladará toda la información necesaria para la realización de las actuaciones anteriormente descritas, bases de datos, información sobre las actuaciones en marcha dentro del proyecto objeto de otras licitaciones, comercios Smartkalea actuales, zonas y calles actuales y nuevas incorporaciones de las mismas en el proyecto, etc. A lo largo de la prestación del servicio, y de acuerdo a las necesidades que la empresa adjudicataria

podiera tener, Fomento ampliará esta información para la correcta realización del servicio por parte de la empresa adjudicataria.

A lo largo del Servicio de **Asistencia técnica al desarrollo de SmartKalea**, la empresa deberá de ir ejecutando las actuaciones identificadas y consensuadas en los plazos acordados y cumpliendo los objetivos marcados. Fomento consensuará reuniones mensuales de seguimiento del estado de las actuaciones que se están trabajando y/o se han trabajado, valoración de las mismas, cronograma y dificultades que puedan surgir y se irán validando los servicios requeridos, modificando, aumentando o reconduciendo de acuerdo a su ejecución. Para ello la empresa adjudicataria deberá enviar por email a la persona responsable del servicio en Fomento cinco días antes de cada reunión de seguimiento, el **Informe Mensual de Seguimiento de la Asistencia Técnica del Desarrollo de Smartkalea**, que deberá de contener el reporte de todas las actuaciones realizadas y enumeradas anteriormente de forma desglosada por áreas geográficas y establecimientos Smartkalea.

Además, se realizarán todas aquellas reuniones de seguimiento que sean necesarias para la buena marcha del servicio, y que podrán ser convocadas por Fomento de San Sebastián o por la empresa contratada.

Mensualmente la empresa adjudicataria deberá de reportar el seguimiento con la situación concreta de cada una de las actuaciones solicitados por fomento y el tiempo empleado en su realización, para el visto bueno de Fomento, sin el cual, dichas actuaciones no podrán ser facturadas, pudiéndose hacer conjuntamente con el **Informe Mensual de Seguimiento de la Asistencia Técnica del Desarrollo de Smartkalea**, con toda la información anteriormente indicada.

Se requiere para la ejecución de esta actuación, una disponibilidad por parte de la empresa adjudicataria de lunes a viernes de 9:00 a 17:00 horas.

En la realización de la **Asistencia Técnica del Desarrollo de Smartkalea**, la empresa adjudicataria dedicará de forma estimada a lo largo de la duración del contrato, un máximo de 256 horas.

ENTREGABLES

En la prestación del Servicio Asistencia técnica al desarrollo de SmartKalea, la empresa adjudicataria, como parte de la realización del mismo y sin coste adicional, deberá de presentar, además del **Informe Mensual de Seguimiento de la Asistencia Técnica del Desarrollo de Smartkalea**, con toda la información anteriormente indicada desglosada por áreas geográficas, establecimientos SmartKalea y por actuación, a la finalización del servicio, la siguiente documentación:

- Informe final del servicio que contenga la valoración general del servicio desarrollado con detalle de:

- Resultados alcanzados desglosados por áreas geográficas, por establecimientos smartkalea y por actuaciones.
- Establecimientos comerciales participantes.
- Descripción del desarrollo-realización de las actuaciones realizadas: asistencias, sugerencias, incidencias.
- Descripción de las mejoras/resultados e impacto e identificación de necesidades a futuro.
- Evaluación y valoración general del servicio.

2- Captación de establecimientos comerciales Smartkalea.

Dentro de la prestación del objeto de este Lote 4, Servicio de Asistencia Técnica al desarrollo de SmartKalea y Asesoramiento-formación tecnológico-comercial para los establecimientos SmartKalea, y como parte de los mismos, la empresa adjudicataria, de acuerdo a la propuesta realizada en fase de licitación, se encargará del **diseño, desarrollo y realización de la captación de los establecimientos comerciales participantes, así como de la relación con los establecimientos comerciales.**

La empresa adjudicataria ha de tener en consideración que el sector comercial, por su atomización y dimensión media de empleo, (2 empleos/ establecimiento) requiere que la información específica relativa al proyecto SmartKalea, le sea explicada de forma presencial para valorar su participación en estos servicios y programas y que se necesitan numerosos contactos, que sean flexibles en horario y a la vez constantes en el tiempo con cada uno de los establecimientos comerciales smartkalea en aras a facilitar su participación.

Además, y como indicábamos al principio del desarrollo del Lote 4, el proyecto Smartkalea, es un proyecto cuyo objetivo va dirigido a impulsar las energías renovables y la eficiencia energética. Un proyecto en colaboración con distintos departamentos del Ayuntamiento de Donostia (Departamento de Medio Ambiente, Departamento de Infraestructuras y Servicios Urbanos, Departamento de Movilidad, Centro Informático Municipal, etc.) coordinados por Fomento de San Sebastián, además de diversos colaboradores tecnológicos (empresas tecnológicas locales), y en cuyo programa tienen una participación los establecimientos comerciales de la ciudad.

Es por ello, que hay servicios que siendo desarrollados por otros proveedores del proyecto Smartkalea, y dirigidos a otro perfil de colectivos, los establecimientos comerciales smartkalea pueden beneficiarse de ellos, por ser servicios que apoyan la sostenibilidad de sus negocios, como son la eficiencia energética o la agrupación de compra de energía verde, por ejemplo. Por todo esto, la Campaña de captación y selección se dirige a establecimientos comerciales para la participación en dos tipos de servicios smartkalea:

- a) Captación y selección de establecimientos comerciales smartkalea para participar en el Servicio de Asesoramiento personalizado en el ámbito Tecnológico – Comercial que la empresa adjudicataria deberá ejecutar de acuerdo al punto siguiente
- b) Captación y selección de establecimientos comerciales smartkalea para participar en los

servicios generales del Proyecto Smartkalea que sean beneficiosos para el comercio (eficiencia energética y sostenibilidad) y que serán desarrollados por otras empresas colaboradoras en el proyecto Smartkalea.

a) Captación y selección de establecimientos comerciales smartkalea para participar en el servicio de Asesoramiento-formación tecnológico-comercial, que la empresa adjudicataria debe realizar e impartir.

Tras la firma del contrato, Fomento de San Sebastián, se reunirá con la empresa adjudicataria en el plazo máximo de 10 días y contrastará la propuesta de captación para este servicio comunicando a la empresa adjudicataria las nuevas calles que son objeto de intervención de las actuaciones smartkalea, y aclarando cualquier punto que se considere por parte de cualquiera de las dos partes, para su inmediata puesta en marcha como primer punto de partida en la realización del servicio relacionado con el Lote 4, que deberá de realizarse a lo largo del 1 mes tras esta reunión, y si fuera necesario, además durante toda la vida del contrato.

La empresa adjudicataria deberá de realizar, de acuerdo a su experiencia y capacidad, las labores necesarias para captar establecimientos comerciales interesados en participar en el Servicio de Asesoramiento personalizado en el ámbito Tecnológico – Comercial

En la captación y selección, se requerirá que, por cada establecimiento comercial captado, la empresa adjudicataria realice un **Diagnóstico Inicial** previo al del Servicio de Asesoramiento personalizado en el ámbito Tecnológico – Comercial, en el que, de acuerdo a la situación concreta del establecimiento comercial captado, se proponga las áreas concretas a analizar y la duración estimada en horas, en las que, además, haber mostrado interés y compromiso en la participación en los mismos.

En el caso de que, tras un contacto, la empresa no sea captado, se requerirá que la empresa adjudicataria informe a Fomento de estos casos, así como de la razón de su falta de interés en la participación en el Servicio de Asesoramiento personalizado en el ámbito Tecnológico – Comercial

De acuerdo a esto, se requerirá que, por cada establecimiento comercial captado, se rellene una hoja de solicitud, en la que se indique la empresa captada, así como el interés y compromisos en la participación en el servicio o servicios indicados. Sin este compromiso e interés, la empresa no será identificada como captada.

Una vez identificados los establecimientos comerciales interesados en el servicio, la empresa adjudicataria propondrá la selección definitiva de comercios y su derivación a Fomento de San Sebastián, para su aprobación.

Se hace una estimación de un máximo de 110 establecimientos comerciales captados en la prestación de este servicio por parte de la empresa adjudicataria a lo largo de la duración del contrato.

Fomento de San Sebastián validará la propuesta, pudiendo presentar candidatos adicionales o rechazar algunos de los propuestos. Con esta información, Fomento de San Sebastián junto con la empresa adjudicataria, orquestrará una programación del servicio calendarizada, con establecimientos participantes smartkalea, para la ejecución del siguiente Servicio objeto de este lote, Servicio de Asesoramiento personalizado en el ámbito Tecnológico – Comercial.

b) Captación y selección de establecimientos comerciales smartkalea para participar en los servicios generales del Proyecto Smartkalea que sean beneficiosos para el comercio y que serán desarrollados por otras empresas colaboradoras del proyecto.

La empresa adjudicataria se hará cargo de la captación y selección de establecimientos smartkalea en los servicios “más generalistas” del proyecto Smartkalea, que son los siguientes:

- Asesorías en Eficiencia Energética: Auditorias y seguimientos para comercios.
- Compra agrupada de energía verde para comercios
- Sensores de conteo para comercios
- Sensores tracking para comercio.

Tras la firma del contrato, Fomento se reunirá con la empresa adjudicataria en el plazo máximo de 10 días y contrastará la propuesta de captación para estos servicios, aclarando cualquier punto que se considere por parte de cualquiera de las dos partes, para su inmediata puesta en marcha como primer punto de partida en la realización del servicio relacionado con el Lote 4, que deberá de realizarse a lo largo del 1 mes tras esta reunión, y si fuera necesario, además durante toda la vida del contrato.

Se requerirá que la empresa adjudicataria capte, para cada uno de los siguientes servicios, un número de establecimientos comerciales determinado, de acuerdo a lo siguiente:

- Asesorías en Eficiencia Energética: Auditorias y seguimientos. 25 establecimientos
- Compra agrupada de energía verde: 35 establecimientos
- Sensores de conteo y de tracking para comercios: 15 establecimientos
- Sensores virtuales: 5 establecimientos

En el caso de que no fuera posible llegar a este número, la empresa adjudicataria deberá justificar este hecho a través de un informe detallado que justifique este hecho y exponga las razones de la imposibilidad del logro, en cada caso. Así mismo, cabe indicar que estas empresas podrán ser las captadas en el punto anterior, que además de en el Servicio de Asesoramiento personalizado en el ámbito Tecnológico – Comercial, estén interesadas en los servicios anteriormente expuestos

En la captación y selección, se requerirá que, por cada establecimiento comercial captado, se rellene una hoja de solicitud, en la que se indique el servicio al que se quiere adherir y en el que va a participar, que recoja el interés y compromiso en la participación en los mismos. Sin este compromiso e interés, la empresa no será identificada como captada.

Una vez identificados los establecimientos comerciales interesados en cada uno de los servicios, la empresa adjudicataria propondrá la selección definitiva de comercios y su derivación, para su aprobación por Fomento.

En estos casos, la empresa adjudicataria elaborará un informe por cada establecimiento contactado, en el que motivará la elección del establecimiento comercial para la participación del mismo en el servicio concreto para el que se propone dicho o en el caso de no captación, las razones del desinterés en su participación

Fomento validará la propuesta, pudiendo presentar candidatos adicionales o rechazar algunos de los propuestos. Con esta información cerrada, la empresa adjudicataria presentará el informe final y definitivo de participación de establecimientos y los servicios a los que se ha adherido

SEGUIMIENTO DEL SERVICIO

Durante toda la duración del contrato, se realizarán mensualmente reuniones de seguimiento del servicio entre Fomento y la empresa adjudicataria con el objetivo de valorar el servicio, el estado de las actuaciones que se están trabajando y/o se han trabajado, cronograma, dificultades que puedan surgir...etc.

Además, se realizarán todas aquellas reuniones de seguimiento que sean necesarias para la buena marcha del servicio, y que podrán ser convocadas por Fomento o por la empresa contratada.

En estas reuniones, la empresa adjudicataria deberá de presentar toda la información relativa a la ejecución del servicio, indicando la situación de ejecución concreta de los asesoramientos, así como la de los comercios y empresas participantes, para el seguimiento, control y visto bueno por parte de Fomento de San Sebastián.

Se requiere para la ejecución de esta actuación, una disponibilidad por parte de la empresa adjudicataria de lunes a viernes de 9:00 a 17:00 horas.

En la realización de la **Captación de establecimientos comerciales Smartkalea**, la empresa adjudicataria deberá como máximo realizar la captación de 110 establecimientos comerciales en un plazo máximo de 20 días naturales tras la firma del contrato y la realización de la reunión de puesta en marcha. Cabe indicar que, si una empresa muestra interés en la participación en cualquier de nuestros servicios o en varios, esta captación será contabilizada como una única captación.

3- Servicio de Asesoramiento personalizado en el ámbito Tecnológico – Comercial.

A través de este servicio, se requiere que la empresa adjudicataria realice un Asesoramiento tecnológico-comercial personalizado a los establecimientos comerciales smartkalea, en todas las áreas de gestión de un negocio OFF/ON line, que incluirá un **Diagnóstico y un Asesoramiento individual y personalizado**, que permita de manera rápida y eficaz identificar las necesidades y

oportunidades de los establecimientos comerciales smartkalea, priorizarlas y proponer soluciones reales y efectivas en las diferentes áreas de negocio.

En la prestación del servicio, la empresa adjudicataria deberá tener especial atención en que este asesoramiento sirva para apoyar a los establecimientos comerciales smartkalea en el **análisis** de la gestión tecnológico-comercial OFF/ON de las diferentes áreas de su negocio:

- El área de mercado: estrategia y estudio de la competencia
- El área comercial: política comercial, sistemas de información y gestión
- El área de ventas
- El área de atención al cliente y comunicación
- El área de fidelización
- El área de merchandising y técnicas de dinamización
- El área de gestión de su punto de venta tanto Online como físico

A través de este **análisis**, diagnóstico y asesoramiento tecnológico-comercial, la empresa adjudicataria, en la prestación de este servicio, deberá de identificar por cada empresa analizada, los siguientes puntos:

- Áreas de mejora en el posicionamiento físico y online
- Fórmulas para integrar la tienda física y la Online
- Posibles vías de fidelización de la clientela
- Actuaciones necesarias para la gestión de la omnicanalidad
- Herramientas y tecnologías comerciales pueden implantar para asegurar el posicionamiento comercial de su negocio
- Inversiones necesarias requeridas para poder implementar estas herramientas comerciales-tecnológicas en sus negocios, y ser comercios omnicanales.

De este diagnóstico y asesoramiento tecnológico-comercial, la empresa adjudicataria deberá elaborar un informe, **Plan de Acción**, que recoja una breve descripción de la empresa, análisis comparativo del establecimiento comercial y su entorno competitivo, toda la información identificada en los puntos anteriormente indicados, así como la(s) área(s) de reorientación recomendadas, las actuaciones a poner en marcha, su calendario y presupuesto estimados.

Dentro de la realización del **Asesoramiento personalizado en el ámbito Tecnológico – Comercial** a los establecimientos comerciales Smartkalea, de 5 horas máximas de dedicación por establecimiento comercial, además, la empresa adjudicataria deberá de realizar, con cada uno, un seguimiento y asistencia de 1 hora, incluidas dentro de las 5 horas máximas de

dedicación por cada establecimiento comercial, a desarrollar dentro de los tres meses siguientes a la finalización del servicio de asesoramiento tecnológico, en el que, deberán contrastar la situación concreta de la empresa en relación con las actuaciones planteadas a lo largo del Asesoramiento-formación tecnológico-comercial personalizado, posibles dudas que les pudieran surgir, así como la evolución experimentada por la misma.

La realización del Asesoramiento tecnológico personalizado, se realizará a partir del diseño, elaboración y realización del **análisis de** las áreas de gestión de negocio OFF/ON line de los establecimientos comerciales Smartkalea participantes. Tras éste, se identificarán las áreas de gestión y sus necesidades de intervención (el mercado, estrategia y estudio de la competencia; política comercial, sistemas de información y gestión, ventas, atención al cliente y comunicación, fidelización, merchandising y técnicas de dinamización, gestión de su punto de venta tanto Online como físico, etc.) para definir las herramientas y soluciones integradas a poner en marcha en cada una de sus áreas de negocio. Este asesoramiento, así como los materiales relacionados con el mismo, se diseñará y adaptará a la duración del mismo y se solicitará el visto bueno a Fomento de San Sebastián, previamente a su impartición.

Será obligación de la empresa adjudicataria, además, reportar toda la información relacionada sobre el Asesoramiento-formación tecnológico-comercial y la evolución experimentada por el establecimiento para el correcto seguimiento, control y visto bueno de Fomento de dicho servicio.

Este servicio se realizará de acuerdo a la propuesta presentada por la empresa adjudicataria en fase de licitación, tras la reunión de puesta en marcha del servicio, en la que se comunicará e informará a la empresa adjudicataria, las nuevas calles que son objeto de intervención de las actuaciones smartkalea, y en la que se hubieran aclarado cualquier punto relacionado, con los comercios seleccionados tras la Captación y Selección de establecimientos comerciales participantes, siguiendo el esquema básico sobre el que realizar el asesoramiento tecnológico-comercial y el seguimiento (contenidos a tratar, duración estimada, diagnóstico, duración, seguimiento, ...etc) y teniendo en cuenta que todo ello, deberá de estar bien calendarizado.

A partir de la selección de establecimientos comerciales propuesta por la empresa adjudicataria y aprobada por Fomento, el horario para desarrollar el servicio por parte de la empresa adjudicataria, dependerá de las necesidades del establecimiento comercial participante, debiendo en cualquier caso realizarlo entre las 8.30h y las 20:00H. de lunes a viernes y debiendo además la empresa adjudicataria, adaptarse a las necesidades concretas del público objetivo anteriormente descrito. En cada caso, se contrastará con Fomento, de acuerdo a las solicitudes y a la disponibilidad de los establecimientos comerciales, los horarios concretos del Asesoramiento tecnológico comercial personalizado

El servicio que la empresa adjudicataria deberá de realizar, incluye, la generación de la documentación soporte del asesoramiento, incluido el diagnóstico, sesiones de asesoramiento, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición, que se elaborarán en castellano y euskera.

Las sesiones de asesoramiento se realizarán en formato mixto (on line y presencial). La realización on line se realizará a través de la herramienta Zoom que Fomento de San Sebastián pondrá a disposición de la empresa licitadora. La presencial, se desarrollará en el espacio de Fomento, ubicado en la plaza Gipuzkoa nº 7 “Puntu Denda”. No obstante, podrán realizarse en formato on line, si la situación sanitaria, o razones de espacio y/o de horarios comerciales, así lo aconseje. En este caso la empresa adjudicataria informará de ello a Fomento, quien deberá aprobarlo.

La duración del Asesoramiento tecnológico personalizado que la empresa adjudicataria realizará a cada establecimiento comercial smartkalea, se realizará de acuerdo a las necesidades detectadas en la **Captación y Diagnóstico Inicial** y sobre las empresas captadas en dicha actuación, con el visto bueno de Fomento y no deberá superar el tiempo máximo de 5 horas como ya se ha comentado, seguimiento incluido. Se hace una estimación de servicio sobre unas 80 empresas, pudiendo este número variar, de acuerdo a las diferentes necesidades en cada empresa identificada. Será Fomento quien traslade a la empresa adjudicataria las empresas concretas sobre las que realizar el servicio, así como el número de horas de Asesoramiento personalizado en el ámbito tecnológico-comercial.

De acuerdo a esto, se hace una estimación máxima de 400 horas en la realización del servicio de Asesoramiento tecnológico personalizado, que será distribuida de desigual forma entre los comercios participantes, de acuerdo a las necesidades detectadas y la propuesta de actuación aprobada por Fomento tras la Captación y Diagnóstico realizado en la realización de dicha actuación.

ENTREGABLES

En la prestación del Servicio de **Asesoramiento personalizado en el ámbito Tecnológico – Comercial** la empresa adjudicataria, como parte de la realización del mismo y sin coste adicional, deberá de presentar, la siguiente documentación:

- Informe de cada actuación desarrollada, que contenga la siguiente estructura: Descripción de la actuación desarrollada; dimensión y alcance en el sector comercial en general y en los establecimientos comerciales participantes en particular, metodología empleada, calendario, establecimientos y personas participantes, resultados(mejoras) alcanzados e impacto en el comercio.
- Informe de asesoramiento personalizado de cada establecimiento comercial participante, con detalle expreso del perfil digital del establecimiento, actuaciones realizadas e itinerario digital a seguir en un futuro próximo.
- Informe final del servicio que contenga la valoración general del servicio desarrollado con detalle de:
 - Resultados alcanzados,

- Establecimientos comerciales participantes.
- Descripción del desarrollo-realización de las actuaciones realizadas.
- Descripción de las mejoras/resultados e impacto e identificación de necesidades a futuro.
- Evaluación y valoración general del servicio.

En San Sebastián a 27 de julio de 2022

Marisol Garmendia Beloqui
Vicepresidenta de Fomento de San Sebastián, S.A.