

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA Y DE PROMOCIÓN A LA VENTA ONLINE DEL TEJIDO TURÍSTICO-COMERCIAL LOCAL DE DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN EN LA PLATAFORMA DSS MARKET PLAZA.

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

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto de la contratación lo constituye la prestación del servicio de asistencia técnica y de promoción a la venta online del tejido turístico-comercial local de la plataforma DSS Market Plaza.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

El sector comercio ha sido desde siempre un sector de gran arraigo e importancia para el desarrollo económico y productivo de nuestra ciudad. Así, en Donostia/San Sebastián, según el Directorio de Actividades Económicas (DIRAE) publicado por EUSTAT, los sectores del Comercio y Hostelería en 2022 agrupan el 21,4% del total de establecimientos de la ciudad y el 17,1% del empleo. El comercio representa el 13,5%, con 2.483 establecimientos comerciales y un 8,9% del empleo con 8.573 empleos. La hostelería con 1.444 establecimientos representa un 7,9% del total de establecimientos y su peso en el empleo es el 8,3 %, con 7.991 empleos.

La actividad económica comercial, durante estos últimos años, se ha visto plenamente alterada por la inestabilidad y la incertidumbre, asociada a las distintas crisis que hemos vivido: sanitarias, económicas y medioambientales. En ese contexto de cambios, el tejido turístico-comercial local, pese a su tradicional carácter refractario a ello, ha reaccionado activamente, introduciendo modificaciones y novedades en su modelo de negocio y desarrollando nuevos servicios para satisfacer las necesidades de la clientela real y potencial y adaptarse a los nuevos valores sociales.

En San Sebastián, las cifras de establecimientos que han introducido novedades se elevan hasta el 40% en el retail. Parece claro que estas crisis, han contribuido a acelerar el proceso de Digitalización y Servitización, abriendo oportunidades de trabajo y modernización sectorial, en un colectivo de empresas hasta ahora, reticentes.

En ese contexto de cambio, con una disposición absoluta por parte del sector a abordar procesos de transformación digital de su negocio, de adaptar su oferta y modelo de negocio a los nuevos valores sociales y gustos del consumidor post-covid, y, a generar experiencias de compra

singulares y diferenciadas, Fomento ha desarrollado una plataforma de venta online para el comercio donostiarra digital en el que más de 230 establecimientos comerciales tienen su e-commerce.

El servicio objeto de esta contratación, debe servir para apoyar la digitalización ya iniciada por el sector a la vez que, promocionar la implantación de soluciones y herramientas digitales para apoyar la competitividad y sostenibilidad del comercio urbano de la ciudad.

En este marco de actuación, el servicio se dirige a favorecer:

- ❖ **La capacitación profesional personalizada** adaptada a las necesidades y requerimientos de los profesionales de este sector que les permita conocer las herramientas digitales de mercado y ampliar su capacitación en temas digitales.
- ❖ **La venta online, (e-commerce)**, es quizás, una de las soluciones digitales que mayoritariamente está impulsando la transformación digital del tejido turístico-comercial urbano y está actuando como dimensión clave de cambio y revitalización del comercio de la ciudad, de su oferta y sus modelos de negocio que sirven para impulsar y mejorar la oferta omnicanal y la experiencia de compras. En esta línea, la plataforma DSS Market Plaza está actuando como motor de transformación digital del tejido turístico-comercial donostiarra.
- ❖ **La publicidad digital y los canales y soportes Online como herramienta que acerque la promoción y dinamización digital** es otro de los medios que se pone al servicio del sector para facilitar a éste su acceso a la transición digital de su negocio, y poder experimentar los beneficios que ello reporta para las empresas comerciales.

Este programa está orientado a apoyar a este sector en su proceso de adaptación, formación y transformación al nuevo contexto socioeconómico digital, a fortalecerlo en cuanto a capacidades, procesos de digitalización, modelos de negocio y de trabajo en aras a promover su crecimiento y consolidación.

3. PRESTACIÓN DEL SERVICIO.

A través de la contratación, se requiere que la empresa adjudicataria realice las siguientes tareas:

- 3.1. La Captación de empresas turísticos comerciales locales.
- 3.2. La Asistencia técnica a la venta online de las empresas de la Plataforma DSS.
- 3.3. La Identificación, diseño e impartición de Píldoras Formativas.
- 3.4. El Servicio de Superadministrador.
- 3.5. las Acciones colectivas de Dinamización Comercial Digital, que incluye:
 351. La Gestión de las 5 Acciones colectivas de Dinamización Comercial Digital.

Página 2 de 16

352. La Ejecución de las 5 Acciones Colectivas de Dinamización Comercial Digital.

3.1. CAPTACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICO COMERCIALES LOCALES

La empresa adjudicataria deberá realizar una captación de empresas turístico-comerciales locales para para su adhesión a la Plataforma DSS Market Plaza y para la participación de éstas, en las Acciones Colectivas de dinamización comercial digital.

Tras la firma del contrato, Fomento se reunirá con la empresa adjudicataria, **Reunión de Puesta en marcha del Servicio**, en el plazo máximo de 10 días y contrastará la propuesta de captación presentada en fase de licitación, aclarando cualquier punto que se considere necesario por parte de cualquiera de las dos partes.

Tras esta reunión y en el plazo de 15 días hábiles, la empresa adjudicataria, deberá elaborar un dossier de captación con la información relativa a:

- La Plataforma digital DSS Market Plaza, que contenga las condiciones existentes para su adhesión a la Plataforma. Para ello, Fomento cuenta con un guion con la información general del proyecto e información del funcionamiento de la Plataforma, los beneficios para los participantes, las condiciones y requisitos, promociones y otras cuestiones que se entregará a la empresa adjudicataria, pudiendo ésta adaptar y proponer cualquier cambio o mejora a convenir - previamente con Fomento para su definitiva puesta en marcha.
- Acciones Colectivas de dinamización comercial, que contenga la información relativa a las acciones a realizar. Esta información es la que se encuentra recogida en la propuesta presentada por la empresa adjudicataria en fase de licitación (acciones, objetivo, número de participantes necesarios, medios de comunicación, calendario y fecha de realización, compromisos y obligaciones de los participantes).

Este dossier, elaborado por la empresa adjudicataria deberá ser validado por Fomento antes de ser utilizado en esta fase de captación.

Paralelamente, y mientras está elaborando este dossier, la empresa adjudicataria deberá generar, además, una base de datos de 150 empresas turístico comerciales susceptibles de participar en los servicios y la presentará a Fomento para su validación junto con el dossier. La base de datos contendrá como mínimo: nombre comercial, razón social, CIF/NIF, nombre de la persona de contacto, email, teléfono, dirección web y de redes sociales, sector comercial, dirección postal y principal producto de venta.

Validada la base de datos y el dossier por Fomento, la empresa adjudicataria deberá poner en marcha esta fase de captación, como primer punto de partida en la realización del servicio. La captación se deberá realizar en el plazo de 1 mes a contar desde el día siguiente al de la aprobación del dossier y base de datos para la captación.

La empresa adjudicataria deberá realizar la captación a través de la realización de llamadas telefónicas, entrevistas (visitas personales) y mediante reuniones presenciales u online, de acuerdo a la disponibilidad y perfil de las empresas turístico-comerciales. a captar. Se estima que como máximo, la empresa adjudicataria capte hasta 150 empresas turístico-comerciales para su participación de acuerdo a lo anteriormente indicado y se requeriría que como mínimo, este número fuera de 80 empresas turístico-comerciales. Si no se llegara al número de captación mínimo estimado, la empresa adjudicataria deberá justificar motivadamente las razones por las que no se ha llegado a dicho número, como parte del servicio y contenido dentro de importe unitario de captación de las empresas captadas, para valoración por parte de Fomento.

Una vez captadas las empresas turístico comerciales, la empresa adjudicataria comunicará y trasladará la relación de estas empresas a Fomento, para validar su participación en el Proyecto.

La información que como mínimo deberá de aportar la empresa adjudicataria a Fomento en relación con las empresas captadas, es la siguiente:

- ✓ Razón social
- ✓ CIF / NIF
- ✓ Nombre del comercio o nombre comercial
- ✓ Dirección postal
- ✓ Web
- ✓ Email
- ✓ Teléfono de contacto
- ✓ Sector

Como parte del servicio, además, la empresa adjudicataria deberá formalizar el alta de las empresas captadas en el aplicativo web de Fomento, Sifom. Para esto, la empresa adjudicataria deberá generar las claves de acceso a la plataforma, enviárselas por email (a la empresa de nueva adhesión) y darles asistencia hasta la finalización de la misma.

Además de lo anteriormente indicado, con toda la información recogida en esta parte del servicio (derivada de las entrevistas y reuniones), la empresa adjudicataria deberá entregar toda la información relacionada con las empresas contactadas, pero no captadas, es decir, no participantes, que deberá entregar a Fomento y que servirá como justificación de la realización del servicio.

Solo se abonarán el servicio por empresa realmente captada. Se entenderán recogidos dentro de los costes relacionados con esta tarea, todos los necesarios para su realización.

3.2. ASISTENCIA TÉCNICA A LA VENTA ONLINE DE LAS EMPRESAS DE LA PLATAFORMA DSS MARKET PLAZA.

La empresa adjudicataria deberá prestar apoyo técnico y acompañamiento integral a las empresas turístico comerciales adheridas a la Plataforma DSS Market Plaza (en adelante plataforma) para facilitar y promocionar la venta online de las mismas a través de canales y soportes digitales.

El apoyo técnico y acompañamiento al tejido turístico comercial se podrá realizar a través de los siguientes canales:

- **Canal Online:** la empresa adjudicataria deberá prestar un servicio de apoyo técnico y acompañamiento online vía WhatsApp y correo electrónico, así como por vía telefónica. Para ello, deberá poner a disposición del servicio, un número de teléfono móvil para su gestión por vía telefónica o WhatsApp, así como los medios necesarios para la conexión a un correo electrónico definido por Fomento, en el cual gestionar dicho servicio. Así mismo, se requiere que la empresa adjudicataria responda a todos los correos electrónicos y WhatsApp recibidos en un plazo no superior a 48 horas.
- **Canal presencial:** la empresa adjudicataria deberá prestar un servicio de apoyo técnico y acompañamiento presencial en la oficina Puntu Denda de Fomento de San Sebastián, sita en la plaza Gipuzkoa, 7, 20004 Donostia. En concreto, este servicio será bajo demanda dependiendo de las solicitudes de las empresas que lo precisen. Así pues, tras las solicitudes, Fomento trasladará un calendario de citas de atención a la empresa adjudicataria para su realización. De acuerdo a esto, se requiere que la empresa adjudicataria tenga una dedicación de lunes a martes en horario de mañana de 9:00H a 11:00H, excepto el mes de agosto, que no se ofrecerá el servicio

La empresa adjudicataria deberá prestar el apoyo técnico y acompañamiento tanto a empresas ya adheridas como a las nuevas empresas que se adhieran. Así pues, en función de esto, a continuación se describe el servicio a prestar por la empresa adjudicataria para asistir a la venta online que dependerá de la tipología de la empresa de la que se trate:

a) Empresas de nueva adhesión:

La empresa adjudicataria, una vez realizada el alta a través del servicio anterior, deberá de ponerse en contacto con las mismas, para poner en marcha las acciones correspondientes en las que las empresas turístico comerciales captadas van a participar.

La empresa adjudicataria, en la realización de este servicio, deberá acompañar a estas nuevas empresas, tras el proceso de adhesión, en la redacción y elaboración de **las fichas de producto y ficha de empresa** para vender online. Además, la empresa adjudicataria deberá realizar

expresamente, la carga de la información de la nueva empresa turístico comercial en la Plataforma, consistente en la subida de:

- Ficha de empresa: en la que se deberá subir a la plataforma la información identificativa de cada empresa.
- Ficha de Productos: en la que se deberá subir la información relativa a los productos (descripción y foto), que será como mínimo de 5 productos.

La empresa de nueva adhesión, una vez adherida pasará a obtener la condición de **empresa ya adherida** y disfrutará de los servicios correspondientes a ello.

b) Empresas ya adheridas.

La empresa adjudicataria, con las empresas ya adheridas y con las de nueva adhesión con las que ya hayan realizado la primera actuación, deberá:

- Apoyar a aquellas empresas que requieran de ayuda para completar su perfil de comercio en la plataforma.
- Acompañar a las empresas a través de una asistencia técnica en el proceso de modificación de las fichas de comercio y producto.
- Resolver todo tipo de dudas e incidencias relacionadas con la Plataforma y con la venta de sus productos.
- Prestar atención general de todo tipo: recuperación de contraseñas, o cambios en la resolución de entrega de pedidos, etc.
- Gestión de pedidos y devoluciones, ...
- Cualquier otra de naturaleza análoga.

En cualquier caso, la empresa adjudicataria deberá asistir sobre cualquier duda relativa a la gestión de la venta online a la empresa de nueva adhesión y/o adherida y enviar mensualmente a Fomento un informe, -entre los 7 primeros días de cada mes-, con el resumen de las actuaciones realizadas, en el que se incluya, como mínimo, las actuaciones realizadas y el tiempo empleado en su realización y el nombre de la empresa que generó concretamente la atención, para el visto bueno de Fomento.

En relación con las cuestiones que se planteen por las empresas turístico comerciales, la empresa adjudicataria deberá llevar un registro para su posterior análisis por parte de Fomento, que servirá como justificación de la ejecución del servicio, y, en el que se deberá plasmar como mínimo el origen de la consulta, el nombre de la empresa, el objeto de la misma, así como su resolución, la fecha y tiempo empleado. Mensualmente deberá hacerlo llegar a Fomento, quien analizará esta información y dará las directrices necesarias para la correcta elaboración de este servicio de cara al mes siguiente.

Para el desarrollo de estas tareas se prevé una dedicación máxima de 275 horas durante toda la duración del contrato.

3.3. IDENTIFICACIÓN, DISEÑO E IMPARTICIÓN DE 6 PÍLDORAS FORMATIVAS,

Como resultado del conocimiento y experiencia que la empresa adjudicataria deberá poseer sobre la atención en la venta online realizada a las empresas turístico-comerciales locales y las plataformas digitales, y teniendo en cuenta el perfil digital de las empresas de este sector, la empresa adjudicataria deberá identificar y diseñar 6 Píldoras Formativas para facilitar a las empresas turístico comerciales la autogestión de la venta online en la Plataforma DSS Market Plaza, de manera que puedan gestionar de manera autónoma todos los procesos y gestiones inherentes a la venta online de su negocio en la misma.

Consideramos píldora formativa, una sesión online o presencial de una hora de duración aproximada. Los ámbitos temáticos sobre los que la empresa adjudicataria deberá proponer las píldoras deberán estar relacionados con la venta online, uso y gestión de la Plataforma DSS Market Plaza.

Identificados los ámbitos temáticos propuestos en la fase de licitación, la empresa adjudicataria conjuntamente con Fomento, deberán acordar los 6 ámbitos sobre los que realizar el diseño de las píldoras formativas. Una vez identificados los ámbitos temáticos, la empresa adjudicataria deberá de realizar el diseño de los mismos y remitirlo conjuntamente con toda la información y documentación relacionada a Fomento en un plazo de 15 días hábiles desde el día siguiente al de la reunión de puesta en marcha del Servicio para su validación, debiendo preparar el temario y su contenido en soporte escrito y audiovisual, para su posterior impartición. La documentación deberá estar preparada en euskera y castellano.

Cabe indicar, que podrá solicitarse la ejecución de 6 píldoras formativas o de menos, de acuerdo a las necesidades de Fomento, no teniendo fomento responsabilidad alguna en el caso de que no se ejecutara el número máximo estimado de píldoras formativas

La impartición de cada píldora formativa podrá realizarse bien online o bien presencial. En cada caso, será Fomento de San Sebastián quien indique cómo realizar la formación a la empresa adjudicataria (online o presencial), correspondiendo además a la empresa adjudicataria, la realización y envío de la convocatoria a las empresas participantes, la información y resolución de dudas que se puedan plantear, así como el control y gestión de su asistencia y estando estas tareas contenidas dentro del importe del servicio relacionado, no pudiéndose facturar ningún importe adicional por estos conceptos.

En el caso de requerirse la Impartición de píldoras formativas de manera presencial, la empresa adjudicataria deberá realizar el servicio en las oficinas de Fomento de San Sebastián Puntu Denda, sitas en la Plaza Gipuzkoa 7, 20004 Donostia y si fuese online, Fomento de San Sebastián se responsabilizará de dejar preparada la convocatoria en la herramienta Zoom para la posterior impartición por parte de la empresa adjudicataria

Las fechas de impartición, serán contrastadas entre Fomento y la empresa adjudicataria con suficiente tiempo para su organización y coordinación por ambas partes, debiendo la empresa adjudicataria adaptarse en lo posible a las necesidades indicadas por Fomento, sobrevenidas de las de las empresas participantes.

Estas píldoras podrán ser grabadas por Fomento de San Sebastián y ubicadas dentro de su web o de la misma plataforma. En cada caso y una vez realizada la impartición de la píldora formativa, Fomento indicará a la empresa adjudicataria el side digital donde alojar esta documentación.

Mensualmente la empresa adjudicataria entregará un informe de la actividad realizada.

3.4. SUPERADMINISTRADOR

La empresa adjudicataria realizará las tareas de administración de la venta online de la Plataforma. Para ello, podrá realizar cambios en la misma y gestionar los datos que ésta contenga. Con tal objeto, de forma periódica, la empresa adjudicataria realizará una supervisión de los datos que alimentan la Plataforma, para valorar el cumplimiento de las obligaciones de las empresas turístico comerciales, su utilización y participación en el proyecto.

Será requisito indispensable de la empresa adjudicataria, el conocimiento exhaustivo del funcionamiento de la Plataforma, así como los requerimientos existentes en su funcionamiento, para lo cual Fomento formará a la empresa adjudicataria para que adquiera este conocimiento, horas de formación que no podrán ser facturadas por parte de la empresa adjudicataria al considerarse contenida dentro de las horas de prestación del servicio objeto del contrato, así como necesarias.

Esta formación se realizará en una reunión específica de 3 horas con la empresa adjudicataria, que se celebrará a los 5 días hábiles de la reunión de inicio del servicio en horario de mañana y vía online. El día y el horario se convendrá conjuntamente por Fomento y la empresa adjudicataria.

La empresa adjudicataria deberá supervisar los datos de la plataforma para identificar incumplimientos en su funcionamiento y/o irregularidades por parte de las empresas turístico-comerciales, por ejemplo, que las empresas no están cambiando los estados de los pedidos en los plazos establecidos en las bases, así como llevar un control de las devoluciones solicitadas, valorar la caducidad de ofertas de productos, ...y otras de naturaleza análoga.

Estas funciones son supervisión general. Si se identificase algún incumplimiento o irregularidad, deberán contactar a la empresa turístico-comercial vía email o teléfono, indicarles la solución y/o reparación de la incidencia para cada proceso. De acuerdo a esta supervisión y valoración de cada situación, la empresa adjudicataria deberá realizar acciones dentro de la plataforma que les permita desbloquear las problemáticas que estén teniendo las empresas y personas usuarias a la hora de cambiar información o subirla...etc.

En relación con las diferentes problemáticas detectadas, la empresa adjudicataria deberá llevar un registro para su posterior análisis por parte de Fomento, que servirá como justificación de la ejecución del servicio, en el que se deberá plasmar como mínimo, el objeto de la misma, su resolución, la fecha y tiempo empleado. Este registro se enviará a Fomento mensualmente, quien analizará esta información y dará las directrices necesarias para la correcta elaboración de este servicio de cara al mes siguiente.

En el caso que, en la resolución de la problemática surgida, se detectaran errores en la plataforma o aspectos de mejora que requieran de un mayor alcance que una mera modificación de datos y sea necesaria una modificación o implementación de la plataforma, la empresa adjudicataria lo comunicará a Fomento en el momento de su detección, para valorar su solución y gestionarla.

Se requerirá que la empresa adjudicataria realice esta tarea (super administrador) de forma diaria como mínimo 15 o 20 minutos al día, debiendo analizar la información existente, resolver los problemas surgidos, y realizar el contacto con las empresas correspondientes si así fuera necesario. Se estima que la empresa adjudicataria para la realización de esta tarea, necesitará un total de 130 horas durante la duración del contrato. En el caso de no poder gestionar la solución del problema detectado, en el tiempo estimado o con los medios proporcionados por Fomento en la Formación impartida, la empresa adjudicataria trasladará a Fomento este hecho para su gestión y resolución, no teniendo más responsabilidad sobre las mismas hasta posibles indicaciones de Fomento.

Además, dentro de las tareas a desarrollar como administrador, la empresa adjudicataria, deberá testar y probar el funcionamiento de los nuevos desarrollos y aplicaciones que se realicen en los sistemas de la Plataforma, para lo cual, Fomento le informará puntualmente.

Fomento podrá invitar a la empresa adjudicataria a participar en las reuniones que a tal efecto se desarrollen con el proveedor tecnológico de la plataforma. Se estima que se pueden desarrollar durante la vida de este contrato un máximo de 3 nuevos desarrollos y/o aplicaciones que conlleven alrededor de 5 reuniones, de aproximadamente 1 hora y treinta minutos, que se encuentran comprendidas dentro del servicio y no serán objeto de facturación.

Semanalmente Fomento analizará y contrastará el estado de ejecución de este servicio con la empresa adjudicataria, con el fin de ir ajustando dicho servicio a las problemáticas reales que vayan surgiendo, por lo ésta deberá llevar un registro meramente informativo para tal fin que presentará a Fomento.

Mensualmente la empresa adjudicataria entregará un informe de la actividad realizada.

3.5. ACCIONES COLECTIVAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL DIGITAL.

Con carácter general, la empresa adjudicataria prestará el servicio de consultoría técnica para el diseño, gestión y ejecución de 5 Acciones Colectivas de Dinamización Comercial Digital para la promoción de la venta online de las empresas turístico-comerciales de la plataforma a través de la publicidad y presencia en canales y soportes digitales.

Para el desarrollo de estas Acciones Colectivas de **Dinamización Comercial Digital**, la empresa adjudicataria deberá tener en cuenta que los objetivos que se persiguen son aumentar la presencia online del comercio físico local, acercar al comercio local la publicidad y canales online en los que puede anunciar sus productos y servicios, testar y experimentar soluciones digitales promocionales en el comercio local, completar y mejorar la experiencia promocional digital del comercio local y mejorar la experiencia de compra digital de las personas consumidoras en el comercio local a través de la citada Plataforma.

Este Servicio incluye de forma específica la realización de los siguientes servicios:

3.5.1. GESTIÓN DE LAS ACCIONES COLECTIVAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL DIGITAL.

La empresa adjudicataria habrá presentado en fase de licitación una propuesta de 5 Acciones Colectivas de Dinamización Comercial Digital para la promoción de la venta online de las empresas turístico-comerciales de DSS Market Plaza a través de la publicidad y presencia en canales y soportes digitales que se analizará en la **Reunión de Puesta en marcha del Servicio**.

En esa reunión se determinará la fecha de realización de cada una de ellas, así como posibles adaptaciones o mejoras a las mismas de manera consensuada entre Fomento y la empresa adjudicataria, que se incluirán en los Planes de Acción de cada acción colectiva a desarrollar.

A este respecto, Fomento podrá optar por poner en marcha las 5 Acciones Colectivas de Dinamización Comercial Digital para la promoción de la venta online de las empresas turístico-comerciales de DSS Market Plaza o solo parte de ellas, no teniendo responsabilidad sobre las acciones que no hayan sido puestas en marcha.

Así pues, solicitada la puesta en marcha de una de las 5 Acciones Colectivas de Dinamización Comercial Digital para la promoción de la venta online de las empresas turístico-comerciales de DSS Market Plaza, o de las 5, la empresa adjudicataria en la prestación del servicio deberá ejecutar, diseñar, coordinar y evaluar el **Plan de Acción** de las acciones solicitadas, en el plazo acordado entre Fomento y la empresa adjudicataria en la **Reunión de puesta en marcha del servicio**

Cada Acción Colectiva de dinamización comercial digital, contendrá su **Plan de Acción** como ya se ha comentado, en el que, como mínimo, la empresa adjudicataria deberá desarrollar lo siguiente:

1. Descripción del objetivo a alcanzar

2. Actuaciones-hitos a desarrollar
3. Fecha de realización
4. Cronograma de la acción
5. Medidas de comunicación y difusión
6. Impacto estimado
7. Número comercios participantes
8. Proveedores de los servicios requeridos para su ejecución
9. Coste máximo de su puesta en marcha, en el que, se incluirán los presupuestos relacionados, que deberán de ser 3 por cada uno de los conceptos relacionados.
10. Personas intervinientes en la gestión de cada Acciones Colectivas, las tareas a desarrollar por cada una de ellas, así como el proceso de coordinación.

La empresa adjudicataria deberá tener en cuenta que el presupuesto máximo para la ejecución de cada uno de los Planes de Acción es de 5.000,00 €, impuestos incluidos. Se tendrá en cuenta que este importe, correrá a cargo de la empresa adjudicataria, pero no contra la prestación del servicio de GESTIÓN DE LAS ACCIONES COLECTIVAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL DIGITAL, sino contra el servicio de EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES COLECTIVAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL DIGITAL.

Una vez validados los Planes de Acción y sus fechas de realización, la empresa adjudicataria completará la organización de los mismos, presentándola a Fomento con 10 semanas de antelación a su realización. A partir de entonces, la empresa adjudicataria se encargará de su gestión, tramitación y contratación, manteniendo reuniones semanales de seguimiento y coordinación con Fomento, en los que informará del estado de gestión del Plan de Acción, avances, así como dificultades y riesgos, supervisando en todo momento su desarrollo y realización. Si en el marco de su realización, surgiera alguna dificultad o contratiempo, deberá informar a Fomento en un plazo máximo de 24 horas, proponiendo a la vez alguna solución alternativa. Se reunirá con Fomento para su análisis y se consensuará entre ambas partes la solución a poner en marcha para garantizar su realización y su impacto en el sector.

La empresa adjudicataria, dentro de la prestación de este servicio, además, se encargará de la gestión y contacto con proveedores y comercios, y cualquier agente e institución participante, así como de realizar, gestionar y tramitar todas las tareas relacionadas con la difusión y comunicación de cada Plan de Acción.

La empresa adjudicataria realizará todas las contrataciones necesarias para su realización y puesta en marcha, dentro de la prestación de este servicio, aunque los costes asociados a las mismas, los costes relativos a los presupuestos asociados de acuerdo al Plan de Acción validado por Fomento,

Página 11 de 16

incluida la difusión y comunicación, serán abonados como ya se ha indicado, a través de las partidas del siguiente servicio, aunque la responsabilidad de las mismas, sí esté relacionado con este servicio. Para cada una de las contrataciones, la empresa adjudicataria presentará tres presupuestos de proveedores diferenciados. No se admitirá ninguna variación al alza del presupuesto presentado y aprobado, debiendo en todo momento la empresa adjudicataria ajustarse al mismo. Una vez finalizado cada Plan de Acción y en el plazo máximo de 15 días desde la finalización de estos, presentará un informe de evaluación e impacto alcanzado.

El Plan de Acción de cada acción colectiva de dinamización comercial digital, indicará las personas de la empresa adjudicataria que intervienen en la gestión de cada una de las 5 Acciones Colectivas, y las tareas a desarrollar por cada una de ellas, así como el proceso de coordinación.

Finalizadas las Acciones Colectivas de Dinamización Comercial Digital requeridas por Fomento, la empresa adjudicataria realizará una evaluación de las Acciones colectivas en general y de cada una de las acciones en particular, analizando métricas y resultados obtenidos. Con todo ello, elaborará un informe que recoja todas las actuaciones realizadas, incidencias si las hubiera, participantes, soportes comunicación, resultados e impacto. Este servicio se entiende contenido en el importe unitario de GESTIÓN DE LAS ACCIONES COLECTIVAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL DIGITAL, y no podrá facturarse concepto alguno por su realización

3.5.2. EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES COLECTIVAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL DIGITAL.

Dentro de esta partida, se encuentran recogidos los costes asociados a la Ejecución de la Acción colectiva comercial dinamización para la promoción de la venta online de las empresas turístico-comerciales de DSS Market Plaza a través de la publicidad y presencia en canales y soportes digitales, que la empresa adjudicataria deberá realizar dentro de los Servicios de gestión de una Acción colectiva de Dinamización Comercial Digital. Estos costes, son los correspondientes al punto 9 del Plan de Acción que la empresa adjudicataria deberá de elaborar en la prestación del Servicio GESTIÓN DE LAS ACCIONES COLECTIVAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL DIGITAL

- 9- Coste máximo de su puesta en marcha, en el que, se incluirán los presupuestos relacionados, que deberán de ser 3 por cada uno de los conceptos relacionados.

Como ya se ha indicado, para la Ejecución de la Acción colectiva de dinamización comercial digital para la promoción de la venta online de las empresas turístico comerciales de DSS Market Plaza definida en el Plan de Acción, la empresa adjudicataria contará con un presupuesto máximo de 5.000,00€ (IVA incluido), en el que deberán estar recogidas todas las actuaciones necesarias para su ejecución, ya sean de difusión, puesta en marcha, o cualquier requisito necesario y solo serán abonados los gastos correctamente justificados con las facturas correspondientes que se encuentren recogidos en el Plan de Acción validado por Fomento, no así, la gestión de las mismas que la empresa adjudicataria deberá de realizar dentro del servicio

GESTIÓN DE LAS ACCIONES COLECTIVAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL DIGITAL y cuyos costes están asociados a este servicio.

La empresa adjudicataria, en la ejecución del servicio GESTIÓN DE LAS ACCIONES COLECTIVAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL DIGITAL, como ya se ha comentado anteriormente, deberá gestionar la ejecución de las acciones aprobadas por Fomento y para el abono de los gastos relacionados, que se realizará contra las partidas relacionadas con la EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES COLECTIVAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL DIGITAL, deberá de presentar la relación y justificación de los gastos de cada Acción colectiva de Dinamización Comercial Digital conjuntamente además de la factura correspondiente a los costes de cada Ejecución de cada acción colectiva por la suma de los gastos de cada acción, anexando además, copia de las facturas de pago relacionadas. Así pues, las facturas de terceros por la ejecución de las acciones colectivas de dinamización comercial digital, serán emitidas contra la empresa adjudicataria y ésta, emitirá una única factura a Fomento por la suma de los gastos relacionados con cada acción.

4. ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO.

En la prestación del servicio objeto de esta contratación, la empresa adjudicataria además de la realización de todos los servicios anteriormente descritos, deberá asistir, y sin que supongan un coste adicional, a las siguientes reuniones:

4.1 REUNIÓN DE PUESTA EN MARCHA DEL SERVICIO.

Como parte de la prestación del servicio y entendido dentro de las horas de facturación de los servicios anteriormente descritos, al comienzo de la prestación del objeto del contrato, la empresa adjudicataria mantendrá una Reunión de Puesta en Marcha del Servicio, en la que se concretarán todos los términos relativos a la prestación del servicio, propuestas de servicio, del tejido turístico comercial ya inscrito, visualización de la plataforma y super administrador, etc., en la que, además, se concretarán las personas adscritas a esta contratación.

En dicha reunión, además, se podrán revisar y aclarar cualquier duda que pudiera darse, den relación con la propuesta presentada por la empresa adjudicataria en fase de licitación. Esta reunión se celebrará en el plazo de 10 días hábiles desde la formalización del contrato.

4.2 REUNIÓN DE SEGUIMIENTO.

Se llevarán a cabo Reuniones Semanales de Seguimiento de las tareas objeto del contrato, las acciones correctivas que se realicen en cada caso, así como la planificación de los servicios. Además, y de acuerdo a la tipología del servicio objeto de esta contratación, se requerirá que, de forma puntual, la empresa adjudicataria asista a reuniones con empresas proveedoras, por temas de interés puntual, para el buen desarrollo de los servicios objeto de esta contratación.

En estas reuniones de seguimiento, Fomento podrá solicitar aclaraciones y proponer sugerencias para mejorar la calidad de las actuaciones, que se contrastarán y consensuarán con la empresa adjudicataria. Estas reuniones servirán también, para plantear y resolver dudas y aspectos críticos que hayan podido surgir en realización de las mismas. Las reuniones de seguimiento se pactarán de común acuerdo entre la empresa adjudicataria y Fomento y se podrán ser online y/o presenciales, según se acuerde de mutuo acuerdo entre las partes.

Tres días antes de cada reunión, la empresa adjudicataria enviará, un documento que recoja las actuaciones desarrolladas en cada uno de los servicios y de acuerdo a lo articulado en los mismos, a modo de “orden del día”, que serán objeto de revisión y validación en la citada reunión. De cada reunión la empresa adjudicataria redactará el acta correspondiente, que se aprobará en la reunión de seguimiento siguiente.

En aras a garantizar la buena marcha y cumplimiento del objetivo del servicio, se podrán mantener tantas reuniones como se estime necesario, que podrán ser solicitadas por Fomento y/o por la empresa adjudicataria.

4.3. REUNIÓN DE CIERRE DE SERVICIO.

A la finalización del servicio, se mantendrá una reunión de cierre del mismo, en la cual la empresa adjudicataria presentará **el informe final del servicio**. En esta reunión se analizarán, evaluarán y medirán todas las actuaciones desarrolladas en el marco del proyecto, así como el impacto que este ha supuesto en la Plataforma y en la venta Online de las empresas turístico-comerciales

5. ENTREGABLES

La elaboración de estos informes se entiende contenido dentro de los importes a abonar por Fomento en las tareas objeto de esta contratación y la empresa adjudicataria, las deberá de realizar y no serán consideradas como unidades de facturación en sí mismas. Los documentos a entregar durante la prestación de este servicio, como ya se ha indicado anteriormente, son:

Informe de Captación de empresas turístico comerciales, con detalle de las actuaciones realizadas, que contenga la base de datos de los establecimientos contactados, captados y participantes.

Informe de la asistencia técnica a la venta online. La empresa adjudicataria deberá entregar un informe de valoración del servicio a la finalización del mismo, que resuma los procesos de trabajo y atención que se han llevado a cabo, así como acciones de mejora que se podrían implementar, resaltando las incidencias más destacadas y cómo han sido resueltas.

Además de esta información deberá recoger expresamente y en capítulo aparte:

- Memoria de los datos más destacados de la plataforma: empresas turístico comerciales que venden online, horas de atención recibidas, incidencias recibidas y resueltas,

evolución del grado de digitalización general de las empresas, facturación de la plataforma, empresas turístico comerciales que han destacado.

- Informe de mejoras y nuevas implementaciones de la Plataforma: Se requiere que la empresa adjudicataria analice el grado de participación de las empresas y el tipo y número de asistencias solicitadas, productos subidos, modificaciones de producto, ventas realizadas, petición de devoluciones, tendencias de las nuevas empresas participantes, incidencias surgidas y resolución de las mismas y cualquier otro dato que pudiera ser de interés, en aras de identificar nuevas implementaciones y oportunidades de mejora.
- Informe propositivo de modificaciones de los sistemas de la plataforma, que puedan facilitar su gestión a las empresas turístico-comerciales, así como elementos con los que completar y mejorar la plataforma y la experiencia digital de las empresas.

Informe de las Acciones Colectivas de Dinamización Comercial Digital, que integre cada una de las 5 acciones colectivas. Estos informes contendrán la siguiente documentación:

- a) Memoria técnica de Acción desarrollada que describa una valoración general de la Acción: resultados alcanzados, cumplimientos de objetivos, planificación-organización, desarrollo-realización, seguimiento y evaluación y medición, impacto, y conclusiones finales: propuestas de mejoras y retos futuros.
- b) Memoria económica que exprese el coste total de las acciones realizadas detallando para cada Acción: el cuadro de facturas o documento contable de valor probatorio equivalente indicando: concepto, número de factura, empresa proveedora, CIF, base imponible, IVA y cuantía total, fecha de pago, copias de las facturas acreditativas del gasto realizado, copias de los justificantes de pago y copias de los presupuestos solicitados para cada concepto de gasto.
- c) Memoria de soportes de comunicación y difusión: fotos, carteles, posters, infografías, documentos, covers de Facebook, RRSS, gráficos, que se han utilizado en cada una de las acciones desarrolladas.
- d) Relación general de las empresas turístico comerciales participantes: nombre, email, dirección postal, razón social y teléfono de contacto, NIF/CIF. Persona de contacto, sector de actividad y dirección de redes sociales.

Informe final: La empresa adjudicataria deberá integrar todos los documentos en un Informe final Ejecutivo, que recoja los resultados alcanzados, buenas prácticas y propuestas de futuro.

Así mismo, cabe indicar de forma general que la empresa adjudicataria deberá de tener un uso preferente de medios electrónicos para remitir cualquier material en la prestación del servicio. En cuanto al papel, en el caso de que se considere necesaria la impresión de documentos, la empresa adjudicataria deberá:

- Reducir en lo posible el número de impresiones ajustándolas al máximo a las necesidades.
- Utilizar papel 100% reciclado (mínimo 65% post-consumo), y con proceso de blanqueo totalmente libre de cloro (TCF, PCF...).

- Imprimir los documentos a doble cara, en blanco y negro (excepto si fuera estrictamente necesario imprimir a color para su correcta interpretación), preferentemente a 2 páginas por cara, con la mínima encuadernación posible para facilitar su reciclaje.

En todo caso, las necesidades de impresión deberán aprobarse por la dirección de los trabajos.

En Donostia / San Sebastián a 2 de octubre de 2023

44158497S

IÑIGO OLAIZOLA

(R: A20001681)

Digitalki sinatuta
norengandik: 44158497S

IÑIGO OLAIZOLA (R:

A20001681)

Data: 2023.10.11 09:41:59

+02'00'

Iñigo Olaizola Arcaute
Director Gerente de Fomento de San Sebastián, S.A.

