PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORAMIENTO DIGITAL (WEBINARS, FORMACIÓN EN PROCESOS DIGITALES Y MENTORING-ASESORAMIENTO) A EMPRESAS TURÍSTICO COMERCIALES: DIGITAL DENDAK.

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

OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato lo constituye la prestación del servicio asesoramiento digital personalizado a las empresas turístico comerciales de Donostia San Sebastián, en tres áreas digitales y estratégicas: marketing digital, inteligencia analítica y venta online

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, asociadas 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 al cambio, ha reaccionado activamente, introduciendo modificaciones y novedades en su modelo de negocio y desarrollando nuevos servicios digitales para satisfacer las necesidades de la clientela real y potencial y adaptarse a los nuevos valores sociales.
Fomento a lo largo de estos tres últimos años, ha apoyado más de 100 procesos de transformación digital en el comercio local, abriendo oportunidades de trabajo y modernización sectorial a este sector, que hasta ahora, se mostraba muy refractario al cambio. Y en ese contexto de cambio, se plantea este servicio para apoyar la digitalización iniciada por el sector a la vez que promocionar la implantación de soluciones y herramientas para apoyar la competitividad y sostenibilidad del comercio urbano.

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana

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, ampliar su capacitación en temas digitales.

Fomento de San Sebastián con este programa persigue apoyar al tejido turístico-comercial, en este proceso de desarrollo de negocios turístico-comerciales, con una base sólida, que permita su crecimiento y consolidación en el mercado actual, su adaptación al nuevo contexto socio-digital económico. Un programa para fortalecer las capacidades y los procesos de transformación digital del comercio local donostiarra.

PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Como ya se ha comentado, el objeto del contrato lo constituye la prestación del servicio asesoramiento digital personalizado a las empresas turístico comerciales de Donostia San Sebastián, en tres áreas digitales y estratégicas: **Marketing Digital, Analítica del dato y Venta Online.**

Con este servicio se pretende formar, asesorar digitalmente y acompañar de forma personalizada en materia de marketing digital, analítica de datos y venta online dirigida al tejido turístico comercial, estructurada en tres formatos: **Webinars, Formación Grupal y Asesoramiento Personalizado.**

Este servicio se dirige a orientar, asesorar y formar, al tejido turístico comercial sobre los siguientes ámbitos digitales para favorecer su digitalización.

Las actuaciones que la empresa adjudicataria deberá desarrollar en el marco de esta contratación son las siguientes:

1. **WEBINARS.** Desarrollo e impartición de Webinars especializados en marketing digital, analítica del dato y venta online.
2. **FORMACION GRUPAL**. Desarrollo e Impartición de formación grupal en marketing digital, analítica del dato y venta online.
3. **ASESORAMIENTO PERSONALIZADO**. Desarrollo y prestación del servicio de asesoramiento personalizado en marketing, analítica del dato y venta online.

Estas actuaciones deberán de ser realizadas por la empresa adjudicataria en los tres ámbitos temáticos anteriormente indicados: **Marketing Digital, Analítica del dato y Venta on line,** teniendo en cuenta que, con cada uno de ellos, se pretende lo siguiente:

- **Marketing digital**. Orientar al comercio a definir 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 los canales digitales, de manera que

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana

las empresas turístico comerciales participantes puedan elaborar un plan de marketing y contenidos digitales adaptado a su negocio, con objetivos y estrategia, con un calendario y una planificación de acciones concreta. 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.

- **Analítica del dato**. Orientar al comercio a definir una estrategia digital entorno al dato que permita al comercio ser capaz de ordenar el volumen de datos que genera, interpretarlos y actuar en consecuencia para conseguir mejores 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 beneficiosa y con la mayor orientación estratégica posible, generando un comercio singular con un servicio diferencial que le ayude a fidelizar al mayor número de clientes.

- **Venta Online**. Orientar al comercio a definir una estrategia digital entorno a la venta online, los canales de venta y la omnicanalidad. En definitiva, se trata de apoyar y orientar al tejido turístico comercial 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.

Además, es necesario constatar que el sector comercial, desde una perspectiva general, es un sector con un perfil de digitalización medio-bajo, 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 en cada una de las actuaciones a desarrollar: webinars, formación grupal y asesoramiento especializado.

Para cada una de estas actuaciones y consideradas incluidas dentro de los servicios objeto del contrato la empresa adjudicataria deberá de realizar, de forma previa las tareas ***relativas a la Captación y Selección de establecimientos turístico comerciales*** para participar en este Servicio.

De acuerdo a esto, en la **Captación y Selección**, 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, Reunión de Inicio del Servicio, 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. A partir de aquí, como primer punto de partida, la empresa adjudicataria de forma inmediata, deberá de realizar las actuaciones de Captación y Selección propuestas en fase de licitación, para lo cual, contará con un plazo máximo de 1 mes tras la Reunión de Inicio del Servicio.

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana

La empresa adjudicataria deberá captar en total, un mínimo de 35 y un máximo de 45 establecimientos, que estén interesados en participar en los servicios objeto de este. Por cada servicio, se requerirá el mínimo establecido en las condiciones concretas del mismo, debiendo realizarse previamente la captación del tejido turístico comercial. 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. Cabe indicar que si no es captado el mínimo requerido, Fomento considerará no continuar con la prestación del servicio y aplicar las penalizaciones relacionadas por cumplimiento defectuoso de contrato.

Una vez identificados los establecimientos comerciales interesados en el servicio, la empresa adjudicataria propondrá la selección definitiva de los establecimientos participantes, los ámbitos digitales y formatos formativos al que son derivados, para su aprobación por Fomento. La empresa adjudicataria elaborará además la base de datos de estos establecimientos que contendrá como mínimo la siguiente información: 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.

En el caso concreto que un comercio sea propuesto para participar en más de un formato, (webinar, formación grupal y/o asesoramiento personalizado) y en más de un ámbito digital (marketing online, analítica del dato y venta online) la empresa adjudicataria deberá, además, justificar las razones de la propuesta realizada. La empresa adjudicataria elaborará un informe por cada establecimiento seleccionado, dónde hará constar la razón de su elección y de acuerdo al diagnóstico previo, los diferentes ámbitos y formatos que propone para dicho establecimiento.
Este diagnóstico se acompañará de un compromiso del establecimiento diagnosticado en el que manifieste su interés. Sin este compromiso e interés, la empresa no será identificada como captada.

En todos los casos, Fomento deberá validar 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, ámbitos y formato formativo correspondiente al que se le deriva.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL SERVICIO

A continuación, se describen en concreto, por cada uno de los servicios objeto de esta contratación, las tareas que como mínimo la empresa adjudicataria deberá de realizar en su realización:

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana

1. **WEBINARS: Desarrollo e impartición de Webinars especializados en marketing digital, analítica del dato y venta online.**

Las webinars son formaciones específicas, también llamadas píldoras formativas, de una hora de duración. Se impartirán 16 webinars distribuidas de la siguiente forma: 7 webinars en marketing digital, 4 webinars en temas de analítica del dato y 5 para en temas de promoción de venta online. 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 analítica de datos y la venta online.

La empresa adjudicataria en la realización de las webinars, incluirá, la impartición directa de la sesión formativa, que estará diseñada para una duración de una hora. El servicio incluirá, la generación de la documentación soporte, documental y audiovisual, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición. Toda la documentación se elaborará en castellano y euskera.

La empresa adjudicataria desarrollará las webinars en formato mixto (on line y presencial). La realización Online 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". En cada caso, se contrastará con Fomento, de acuerdo a las solicitudes y a la disponibilidad del público objetivo, el formato concreto de la impartición de cada una de ellas, para su validación por Fomento.

El número de establecimientos a participar en cada una de ellas, será de un mínimo de 10 y un máximo de 15. El horario de impartición será en horario de mañana de 8.30 a 11.30 h y de mediodía de 13:30 a 16:30H, 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 las mismas.

La empresa adjudicataria deberá presentar en fase de licitación 21 propuestas de webinars, 7 propuestas para cada ámbito digital: marketing digital, analítica del dato y venta Online. De estas 21 temáticas propuestas, presentadas en fase de licitación, y, de acuerdo a las necesidades concretas del público objetivo, Fomento, conjuntamente con la empresa adjudicataria, determinarán las 16 temáticas concretas sobre las que desarrollarlas.

A lo largo del plazo de duración del contrato y de acuerdo a las necesidades y disponibilidad de los establecimientos participantes, Fomento solicitará a la empresa adjudicataria, con suficiente tiempo, la ejecución de las 16 webinars, 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 misma 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

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana

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 empresas turístico comerciales locales identificadas en el proceso de captación y diagnóstico, que hayan mostrado interés en la formación, pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en la formación grupal y/o en el asesoramiento personalizado y quieran profundizar más en el conocimiento digital de alguno de estos ámbitos temáticos. Fomento será quien seleccione a las empresas participantes entre todas las que tengan interés y hayan sido identificadas por la empresa adjudicataria.

La empresa adjudicataria se encargará de realizar las convocatorias, elaborar los emails para su difusión en el sector, resolver dudas si surgieran, 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. FORMACION GRUPAL: Desarrollo e Impartición de formaciones grupales en marketing digital, analítica del dato y venta online.

A través de la contratación de esta formación grupal, se requiere la realización de una serie de sesiones o módulos formativos ordenados entorno a los diferentes ámbitos temáticos (marketing digital, analítica del dato y venta Online) y programados, que permita la obtención y mejora de competencias y capacidades específicas en cada uno de ellos.

La empresa adjudicataria realizará una formación grupal especializada sobre un tema específico y concreto para cada uno de los tres ámbitos temáticos digitales (marketing digital, analítica del dato y venta Online), con un itinerario preparado y definido, para ir profundizando en conceptos y actuaciones relacionados con el mismo.

La empresa adjudicataria deberá estructurar el programa de formación grupal en base a 40 horas, de las que 20 horas se destinaran al ámbito del marketing digital, 6 al de la analítica del dato y 14 a la venta online.

La empresa adjudicataria organizará esta formación en sesiones de 2 horas/ día cada una de ellas, pudiendo adaptar el número de sesiones y su duración, a las necesidades y disponibilidad del tejido turístico comercial, respetando un mínimo de 6 horas de formación grupal por cada ámbito temático digital.

La empresa adjudicataria realizará las sesiones formativas grupales en formato presencial. La realización se desarrollará en el espacio de Fomento, ubicado en la plaza Gipuzkoa nº 7 “Puntu Denda”. No obstante, podrán realizarse en formato online, cuando razones de espacio y/o de

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana

horarios comerciales, así lo aconseje. En este caso la empresa adjudicataria informará de ello a Fomento, quien deberá aprobarlo.

La empresa adjudicataria deberá tener en cuenta que 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 mañana, de 8:30 a 10:30Hy/o en horario de mediodía, de 13:30 a 16:30H, 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.

La empresa adjudicataria propondrá en fase de licitación 6 temáticas a desarrollar, dos por cada uno de los ámbitos digitales (marketing digital, analítica del dato y venta online), con descripción expresa de los contenidos a desarrollar en cada una de las 6 propuestas.

De entre las 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, seleccionará y determinará la temática concreta sobre la que realizar la formación grupal en cada uno de los ámbitos digitales.

A lo largo del plazo de duración del contrato y de acuerdo a las necesidades y disponibilidad de los establecimientos participantes, Fomento solicitará a la empresa adjudicataria, con suficiente tiempo, la ejecución de dicha formación grupal 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 grupal 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.

La empresa adjudicataria en la realización de la formación grupal, incluirá, la impartición directa de las sesiones formativas, que estarán diseñadas, adaptadas y estructuradas para la duración estimada, así como todas las actuaciones necesarias para su ideación, preparación y desarrollo. El servicio además incluirá, la generación de la documentación soporte de la formación, en formato audiovisual y documental, presentaciones y cualquier otro documento que sea necesario para su impartición, que se elaborarán en castellano y euskera.

Los participantes del servicio de formación grupal, serán empresas turísticas comerciales identificados en el proceso de Captación y Diagnóstico, que hayan mostrado interés en recibir esta formación, pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en los formatos webinars y / o asesoramiento personalizado y quieran profundizar más en el marketing digital.

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana

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: Desarrollo y prestación del servicio de asesoramiento personalizado en marketing, analítica del dato y venta online.

La empresa adjudicataria deberá realizar un asesoramiento personalizado en los tres ámbitos digitales (marketing digital, analítica del dato y 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 cada uno de los ámbitos digitales en los que está interesado en participar.

La empresa adjudicataria deberá tener en cuenta 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, de identificación de fuentes de datos y sus métricas, y, de canales de venta digitales.

La empresa adjudicataria realizará el asesoramiento personalizado, a partir del diseño, elaboración y realización del diagnóstico (análisis) digital de los establecimientos participantes, tras el cual se identificarán las necesidades del comercio en el ámbito digital en el que está participando.

- En el caso de marketing digital, se orientará al tipo de comunicación que utiliza, off/on line, tipo de redes sociales que utilizan, perfil de usuario, calendario, grado de conocimiento, tipo de inversión, volumen de ventas…etc.

- En el caso, que el comercio participante este recibiendo el asesoramiento en el ámbito digital de la analítica del dato, analizará 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, apps existentes, modelos de conversión de datos…etc.

- Si el asesoramiento se realiza sobre la Venta Online, se analizarán los soportes digitales, posicionamiento seo, el cliente digital potencial, gama de productos más adecuados para la venta online, política de precios orientada, política logística y servicio entrega a domicilio, herramientas para la creación de e-commerce, orientación estratégica, estrategias de “escaparatismo online” …, etc. Analizadas las necesidades correspondientes, se definirán las herramientas y acciones a poner en marcha en sus negocios comerciales.

La empresa adjudicataria deberá tener en cuenta que el servicio cuenta con una estimación máxima de 425 horas para la realización del servicio de asesoramiento personalizado. La empresa

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana

adjudicataria distribuirá estas horas en 225 h para el asesoramiento orientado al marketing digital, 100 horas para el asesoramiento sobre analítica del dato y 100 horas para el de venta online. La empresa adjudicataria repartirá esta dotación de horas de la siguiente forma: 15 horas/ empresa turístico comercial en el ámbito del marketing digital; 10/ empresa turístico comerciales en el ámbito de la analítica del dato y 10 horas/ empresa turística comercial en el de la venta online. La empresa adjudicataria diseñará y adaptará el asesoramiento a esta duración

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 35 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. La empresa adjudicataria deberá prestar este servicio a 30 empresas turístico comerciales.

La empresa adjudicataria destinará del número de horas de cada asesoramiento, el 65% de las mismas a estar presencialmente con el establecimiento receptor del asesoramiento y asistirle técnicamente en su negocio. El 35% restante se destinará a tareas y labores de “oficina “y “despacho”. La duración de las sesiones de asistencia directa al comercio no podrá ser superiores a 2 horas/sesión y se realizarán de forma presencial. Excepcionalmente, y solo en el caso que así lo solicite el comercio participante, la asistencia se podrá realizar de forma online, debiendo la empresa adjudicataria comunicarlo 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 las empresas seleccionadas tras la Captación y Selección de 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 tener disponibilidad para la realización del Asesoramiento Personalizado de forma inmediata.
Será obligación de la empresa adjudicataria, además, reportar toda la información relacionada sobre este servicio con cada una de las empresas, así como su evolución, para el correcto seguimiento, control y visto bueno de Fomento de dicho servicio de asesoramiento personalizado.

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.

Para la organización del asesoramiento personalizado, la empresa adjudicataria elaborará una agenda de asesoramientos por cada uno del ámbito temáticos (marketing digital, analítica del dato y venta online) en las que se deberá indicar el nombre del comercio, día de la sesión, lugar y hora. Agenda que enviará a Fomento con 15 días de antelación a la celebración de la primera de todas

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana

las asistencias previstas. Si así lo solicitase la empresa adjudicataria, estas sesiones podrán tener lugar en Puntudenda, ubicado en la plaza Gipuzkoa, 7.

La empresa adjudicataria deberá tener en cuenta que los participantes en el servicio de Asesoramiento Personalizado, serán empresas turístico comerciales identificados en el proceso de Captación y Diagnóstico, que hayan mostrado interés en recibir este Asesoramiento, pudiendo, además, ser establecimientos que hayan participado previamente en los formatos webinars y / o Formación grupal

La empresa adjudicataria deberá desarrollar el asesoramiento, en un horario que deberá tener en cuenta 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.

ARTUCULACIÓN DEL SERVICIO

De forma general en la prestación del servicio objeto de esta contratación, además de la realización de todos los servicios anteriormente descritos, la empresa adjudicataria deberá realizar, comprendidas dentro de la realización de las mismas y sin que supongan un coste adicional, las tareas administrativas relativas al registro, si hiciese falta, de toda la información relativa a las empresas en el sistema de gestión de Fomento: Sifom, así como a asistir a las reuniones de seguimiento con Fomento para la revisión y el desarrollo del servicio y del contrato. Fomento consensuará con la empresa adjudicataria el día y hora de las reuniones:
Reunión de inicio 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 Inicio del Servicio**, en la que se concretarán todos los términos relativos a la prestación del servicio, propuestas de servicio, de captación, análisis de diagnóstico y derivación de empresas participantes, temáticas digitales a desarrollar en cada ámbito digital, …etc, en la que, además, se concretarán las personas adscritas a esta contratación, procediendo a la puesta en marcha del mismo.

En dicha reunión, además, se podrán revisar y acordar cualquier mejora que pudiera darse, partiendo de la propuesta de la empresa adjudicataria en fase de licitación o de las experiencias previas. Esta reunión se celebrará a los 10 días de la firma del contrato, a contar desde el día siguiente de la firma. Esta reunión se entiende comprendida dentro del servicio y dentro de las horas de facturación de los servicios anteriormente descritos.

Reunión de seguimiento. Durante toda la duración del contrato, se realizarán reuniones quincenales de seguimiento del Servicio entre Fomento y la empresa adjudicataria con el objetivo

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana

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 de las actuaciones, indicando la situación de ejecución concreta de los webinars, formaciones grupales y asesoramientos personalizados, así como la de las empresas turístico comerciales participantes, para el seguimiento, control y visto bueno por parte de Fomento de San Sebastián. Estas reuniones se entienden comprendidas dentro del servicio y dentro de las horas de facturación de los servicios anteriormente descritos.

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. En esta reunión se analizará, evaluarán y medirán todas las actuaciones desarrolladas en el marco del proyecto, así como el impacto generado en el sector en general y en cada una de las empresas turístico comerciales participantes en particular. Esta reunión se entiende comprendida dentro del servicio y dentro de las horas de facturación de los servicios anteriormente descritos.

ENTREGABLES

La empresa adjudicataria deberá elaborar y presentar para todas y cada una de las actuaciones anteriormente descritas, webinars, formación grupal y asesoramiento personalizado y para cada uno de los ámbitos digitales la documentación que a continuación se detalla. Esta Información se remitirá por email a la persona que Fomento designe. En el caso de documentación que no sea audiovisual, los soportes a entregar serán: word, powerpoint y excel.

Así pues, la empresa adjudicataria deberá de presentar la siguiente documentación:

- Informe de Captación y selección, que contenga la relación de establecimientos participantes por ámbitos digitales y formatos, además de los siguientes datos: 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.
- Informe de cada webinar desarrollada, que contenga la siguiente estructura: descripción de cada una de ellas, contenidos, asistentes y calendario e impacto esperado en el comercio.
- Informe de cada formación grupal desarrollada, que contenga la siguiente estructura: descripción de cada una de ellas, contenidos, asistentes y calendario e impacto esperado
- 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 e Informe general del asesoramiento personalizado por ámbitos digitales.

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana

- Informe final del servicio que contenga la valoración general del servicio desarrollado con detalle de:
  - Informe ejecutivo que recoja la información de los informes sobre webinars, formación grupal y asesoramiento personalizado.
  - Informe de Resultados alcanzados, que describa las mejoras para el sector, el impacto, así como la identificación de necesidades a futuro, que integre, además, los siguientes Informes:
    - Informe Buenas prácticas digitales en el ámbito del Marketing Digital.
    - Informe Buenas prácticas digitales en el ámbito de la Analítica del dato.
    - Informe Buenas prácticas digitales en el ámbito de la Venta Online
  - Informe de las empresas turístico comerciales participantes y sus perfiles digitales

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 19 de octubre de 2023

44158497S
IÑIGO OLAIZOLA
(R: A20001681)

Digitalki sinatuta norengandik: 44158497S IÑIGO OLAIZOLA (R: A20001681)
Data: 2023.10.19 14:07:04 +02'00'

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

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana