

# **SOLICITUD DE OFERTA ECONÓMICA PARA EL DESARROLLO DE CONTENIDOS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LA DIGITALIZACIÓN DEL COMERCIO DE GIJÓN**

## **AÑO 2024**

### **1.1. Antecedentes y contexto.**

Los servicios objeto del presente contrato se enmarcan dentro del programa de intervención propuesto por la Unión de Comerciantes del Principado de Asturias al Ayuntamiento de Gijón, en el marco del acuerdo existente entre ambos y en cumplimiento de los acuerdos del Pacto de Concertación Social.

Este programa pretende responder al actual contexto de transformación cultural y social que está transformando las reglas del negocio de todos los sectores en general, pero que afecta de forma muy particular al comercio de proximidad (fundamentalmente constituido por autónomos), y los acelerados cambios de comportamiento de la clientela fundamentalmente por el uso de la tecnología y su oferta global.

En el marco de dicha intervención, la Unión de Comerciantes del Principado de Asturias precisa contratar servicios especializados, con el alcance que se precisa en el presente documento, orientado a cubrir las necesidades de desarrollo del programa en esta anualidad.

La propuesta de intervención para esta anualidad parte del trabajo desarrollado en el periodo anterior (2020-2023), dando continuidad a las líneas de trabajo ya emprendidas, buscando llegar a nuevos comercios y consolidar el trabajo ya realizado con los comercios participantes en ediciones anteriores. Y a la par se pretende evolucionar la propuesta de intervención, incorporando como foco específico la gestión del dato en el contexto del comercio.

Se trata de que los comercios cobren conciencia sobre la importancia del dato para la toma de decisiones (decisiones de compra, precio, marketing, etc.), y que vayan trabajando en la recogida sistemática y explotación de los datos, en primera instancia, de forma individual, pero con vistas a que en un futuro cercano puedan llegar a tratarse de forma agregada en el contexto geográfico (ciudad, barrio, eje comercial) o sectorial (textil, calzado, alimentación, farmacia, ...) facilitando la toma de decisiones estratégicas de apoyo financiero o tecnológico al sector, por ejemplo; relativas a la selección de las mejores ubicaciones de nuevos locales comerciales; o a los efectos del desarrollo de campañas colectivas de promoción).

Esta línea de trabajo será, por un lado minoritaria en cuanto al número de comercios participantes y, al mismo tiempo, fundamental para avanzar hacia la modernización del sector, siendo la adecuada gestión del dato uno de los elementos fundamentales sobre los que el comercio de proximidad puede afianzar su competitividad y diferenciación. Los itinerarios de acompañamiento articulados en este sentido se nutrirán inicialmente de los comercios que identifiquemos como más innovadores, no solamente por cómo enfocan su actividad, sino, y fundamentalmente, por su predisposición a evolucionar en sus formas de gestión. En años sucesivos se irán incorporando a estos nuevos itinerarios aquellos comercios que vayan participando en las fases anteriores (acompañamiento más general) y que se encuentren ya en predisposición de abordar nuevas formas de gestión, requiriendo un fuerte compromiso por su parte.

El tratamiento de datos es fundamental en el mundo actual, y su importancia radica en que representa el futuro inmediato de la digitalización. La digitalización se está moviendo cada vez más hacia la gestión de

datos. Esto se debe a que en la actualidad generamos una gran cantidad de datos sin siquiera ser conscientes de ello, siendo estos una valiosa fuente de información que puede utilizarse para personalizar la experiencia de cada cliente. Conocer a fondo a los clientes es esencial para resolver sus problemas y satisfacer sus necesidades. La ingeniería de datos les permite identificar a sus clientes, comprender sus características y ofrecerles un servicio adaptado a sus preferencias. Por otro lado, un comercio puede enfocarse en brindar una experiencia personalizada, donde el cliente se sienta valorado y escuchado. Los datos que se recopilan, que a menudo se desechan, son una fuente de información valiosa que puede utilizarse para fidelizar a los clientes.

El recorrido de mejora para los comercios que participen en este nuevo itinerario de acompañamiento pasa por evolucionar en la explotación de los datos, partiendo de una gestión básica (recopilar y analizar información sobre sus clientes y ventas, o sobre las visitas que reciben en su página de comercio electrónico, que se pueden traducir o no en ventas) a ir enriqueciendo sus propios datos con datos procedentes de otras fuentes (datos demográficos que proporcionen patrones de comportamiento para adelantarse a sus pedidos, monitorización de las campañas de promoción para conocer su rentabilidad, análisis de información de su clientela en redes sociales y en tienda -gustos, preferencias, tendencias de búsqueda, etc.), incorporando técnicas de analítica de datos y, en su máxima exponente, de inteligencia artificial, que permitan mejorar el servicio a sus clientes; y por seguir al tanto de las novedades y tendencias del sector o incluso de otros sectores, para detectar elementos diferenciales que les permitan seguir innovando y mantener la posición competitiva.

Para finalizar resaltamos que el tratamiento de datos y la digitalización son esenciales para el futuro de los negocios, pero es importante utilizar esta tecnología de manera estratégica para aumentar las ventas y satisfacer las necesidades de los clientes. No se trata solo de seguir las tendencias tecnológicas, sino de adaptarlas de manera inteligente a cada negocio para lograr un mayor éxito. Por lo tanto, para una nueva edición del programa de digitalización del comercio de Gijón, es de suma importancia enfocarse en sensibilizar y formar sobre la importancia de los datos, brindando asesoramiento personalizado a los comercios, especialmente aquellos que son más avanzados y receptivos a la implementación de soluciones disruptivas, desarrollando todas las posibles vías de innovación en este ámbito.

Así, el foco se pone en enseñar a las empresas del comercio a trabajar con sus datos, lo que les permitirá aumentar su cifra de ventas y ofrecer mejores servicios a sus clientes con herramientas clave para este proceso.

El desarrollo del programa para esta anualidad contempla, por tanto, las siguientes acciones:

1. Mantenimiento de las actividades de sensibilización y capacitación que se han venido desarrollando en las ediciones anteriores del programa, pero focalizando de forma específica las acciones en la gestión del dato en el contexto del sector. Por lo demás, se mantendrá la misma configuración de las actividades, habida cuenta de los buenos resultados obtenidos en ediciones anteriores.

Además de las nuevas acciones específicas desarrolladas en esta materia, los comercios tendrán a su disposición todos los recursos didácticos de autoformación realizados en anualidades anteriores.

2. Mantenimiento de las actividades de acompañamiento a la digitalización básica del comercio, distinguiendo entre dos situaciones:
  - Comercios que ya han participado en ediciones anteriores, y que precisan de apoyo puntual para acometer las mejoras prescritas. Para ellos, se mantendrá el servicio de apoyo tipo “call-center”, donde se atenderán sus consultas.
  - Comercios que ya han participado en ediciones anteriores, y que requieren de un nuevo ciclo de apoyo en forma de itinerario de acompañamiento.
  - Comercios nuevos, que quieran incorporarse al programa, a los cuales se les ofertará el itinerario de acompañamiento general, bajo el mismo diseño que en ediciones anteriores.
  
3. Puesta en marcha de un nuevo servicio de acompañamiento, centrado de forma específica en la gestión del dato. Este itinerario se estructurará de forma similar al itinerario de acompañamiento general -diagnóstico, plan de acción y acompañamiento-, pero el acompañamiento será mucho más intensivo, e incluirá formación individual y apoyo en la puesta en marcha de pequeños cuadros de mando para iniciar al comercio en la gestión de los datos del negocio con los que pueda contar.
  - Para la puesta en marcha de este nuevo servicio, se requiere realizar, como paso previo, un nuevo desarrollo metodológico, centrado en estos aspectos.
  - Siendo además el primer año de puesta en marcha de un servicio de este tipo, se requiere seleccionar cuidadosamente a los comercios sobre los que se pilotará esta fase del proyecto. Para ello se realizará una evaluación de la disponibilidad y uso actual del dato sobre una muestra significativa de los comercios que han participado en ediciones anteriores del programa, que permita clasificar a los comercios en función del potencial aprovechamiento que tendrían del itinerario.

Esta evaluación cumple un doble propósito:

    - Obtener una radiografía del sector, en cuanto a la disponibilidad y uso actual de los datos.
    - Seleccionar, para la fase piloto de despliegue de este nuevo instrumento, a aquellos comercios con mayor potencial de aprovechamiento del servicio.

## 2. 2. Presupuesto.

El presupuesto base de licitación asciende a 192.511€, **21% de IVA incluido.**

## 3. Alcance de los trabajos a realizar.

La Unión de Comerciantes requiere de una colaboración estrecha con una entidad especializada en digitalización del sector comercio, destinada a desarrollar los contenidos y acciones que conforman el Programa de Digitalización del Comercio de Gijón, y que tendrán continuidad más allá de la temporalidad del presente contrato, cuya ejecución se extiende hasta diciembre del año 2024.

El servicio a prestar deberá cubrir suficiente y adecuadamente los aspectos que se desarrollan a continuación, acordes con el desarrollo del Programa de trabajo definido y su concreción para la anualidad 2024, y conforme a los Desarrollos Metodológicos e Instrumentales elaborados en el año 2020, que se ponen a disposición de las empresas ofertantes, y que serán completados con desarrollos específicos relacionados con la gestión del dato durante este nuevo ejercicio.

### **3.1. Formación y capacitación, en aspectos de digitalización básica y relacionada con la gestión del dato.**

- a) Diseño y desarrollo de **3 contenidos didácticos orientados al autoconsumo**, relacionados con los objetivos perseguidos en el programa. Destinados a la sensibilización y formación sobre digitalización básica y para las nuevas incorporaciones al programa. Cada contenido estará formado por un mínimo de 1 vídeo de corta duración (10-15 minutos) y 1 infografía asociada (o elemento similar).

Los recursos a desarrollar se centrarán en aspectos relacionados con

- Generación y uso de datos del cliente, y sus utilidades para el marketing digital y en tienda física.
- Aplicaciones de la inteligencia artificial para el comercio minorista.
- Nuevas herramientas para el marketing digital.
- 

- b) Diseño y desarrollo de **3 contenidos didácticos orientados al autoconsumo**, relacionados con los objetivos perseguidos en el programa. Destinados a la sensibilización y formación sobre gestión del dato. Cada contenido estará formado por un mínimo de 1 vídeo de corta duración (10-15 minutos) y 1 infografía asociada (o elemento similar).

Los recursos a desarrollar se centraran en aspectos relaciones con la gestión del dato, ejemplificados en casos de uso prácticos para el sector comercio.

Características generales:

- Contenido modular, a partir de pequeñas píldoras de conocimiento que faciliten la adquisición progresiva de competencias.
- Orientado principalmente al autoconsumo. Se priman los recursos audiovisuales frente a los escritos, entendiendo que son más apropiados y atractivos para el autoconsumo.
- Orientación eminentemente práctica, que proporcione conocimientos y pautas de trabajo, pero también elementos de reflexión.

- c) Desarrollo de **8 acciones formativas grupales de 10 horas de duración cada una**, distribuidas en varias sesiones (la organización de las acciones formativas será realizada por la Unión de Comerciantes). Las sesiones formativas deberán impartirse presencialmente (al menos una jornada de dos horas en cada acción formativa) y on-line, a criterio de la Unión de Comerciantes y/o de otros aspectos organizativos que recomienden una u otra fórmula.

Las acciones formativas se vertebrarán en torno a las dos temáticas del programa: **digitalización básica y a la gestión efectiva del dato a razón de 4 sesiones formativas para cada parte del mismo** e irán destinadas principalmente a los comercios acompañados en estas materias.

La formación en digitalización básica irá destinada a los 80 nuevos participantes en el programa y comprenderá, como orientativas materias relacionadas con:

- Herramientas (incluidas la de inteligencia artificial) para el comercio online.
  - Herramientas imprescindibles para el comercio digitalizado.
  - Herramientas audiovisuales para RRSS.
  - Creatividad en manos de la IA.
  - ¿Quién puede escribir los artículos de mi blog?
  - ¿Quién puede ayudarme para hacer mis videos para RRSS?
- Herramientas necesarias para la venta online.
  - Google Trends, vende lo que tu futuro cliente busca en Google.
  - Google Search Console, un paso más en la búsqueda de las palabras clave.
  - Nueva versión de Google Analytics, es el momento del cambio.
  - El KIT de Google como plugins o modulo imprescindible en tu WordPress o PrestaShop.
- Informes SEO de Visibilidad, Accesibilidad y Rendimiento
  - La importancia de la elección de nombre de dominio, empresa de hosting, etc.
  - Claves de interpretación de un informe SEO
  - La velocidad como elemento diferenciador (plugins/módulos de caché)
  - Herramientas gratuitas para revisar nuestra web y mejorar su posicionamiento.
- Redes sociales.
  - Marketing social y marketing móvil.
  - Redes sociales. ¿Cuál me interesa? ¿Cómo las uso?
  - Estrategias de venta en las principales redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok...).
  - Videomarketing.
  - Controla y gestiona tu reputación digital

Las 4 acciones formativas destinadas al programa de gestión del dato comprenderán el diseño de un itinerario de capacitación grupal que abordará, entre otras, materias de Big Data vs Small Data, Analytics y Business Intelligence, procesos a seguir para poner en marcha una estrategia de utilización de Small Data en un comercio, arquitecturas y herramientas Small Data, cómo implementar una arquitectura de analítica de datos, aplicaciones prácticas de Small Data en la empresa, aplicaciones de la Inteligencia Artificial, etc.

Estas acciones de capacitación se articularán de forma paralela al desarrollo del itinerario de acompañamiento individual, y su contenido se seleccionará y diseñará teniendo en cuenta las necesidades colectivas identificadas en el proceso de selección y diagnóstico de las empresas participantes en el programa, buscando dar respuesta práctica a las mismas.

- d) Desarrollo de una **acción formativa gamificada**, mediante una aplicación para Smartphone que permita a los comercios participantes autoformarse en contenidos desarrollados específicamente para el sector comercio de Gijón, y que cuente con sistemas de autoevaluación instantánea y resolución de dudas planteadas por los participantes.

La participación de los comercios en esta plataforma formativa les permitirá mejorar sus habilidades y conocimientos, incluyendo la resolución de consultas relacionadas con los temas abordados vía la propia plataforma.

La gamificación de la formación deberá permitir, por un lado, el escalado en el tiempo de la misma en las dos ediciones citadas y por otro posibilitar la creación de un ranking dinámico que genere competencia y afán de superación entre los participantes de ambas ediciones.

Alcance de la actividad:

- Organización de una única edición de formación, con una participación de un máximo de **100 comercios** previamente seleccionados por la Unión de Comerciantes, que tendrán acceso durante **3 meses** a la aplicación de formación gamificada.
- Puesta a disposición de los alumnos de **9 micropíldoras formativas**, 6 de ellas relacionadas con la digitalización del comercio en general, y 3 específicas relacionadas con la gestión del dato.

Estos contenidos deberán estar disponibles desde el inicio de la edición autoformación, de forma que los comercios puedan optar por cualquiera de los contenidos en cualquier momento durante los tres meses de acceso a la plataforma. Los contenidos serán a propuesta por la empresa adjudicataria, debiendo guardar relación con las temáticas referidas para las acciones formativas previamente descritas.

Tareas a realizar:

- Puesta en marcha de la plataforma seleccionada a tal efecto (cuya licencia de uso, en los términos requeridos -duración, nº de usuarios- se entenderá incluida en el precio ofertado).
- Carga de contenidos didácticos (que deberán ser suministrados por el licitador).
- Alta de usuarios, envío de instrucciones para el uso de la plataforma, etc.
- Seguimiento y dinamización de la participación en la plataforma.
- Resolución de consultas planteadas por los comercios participantes (tutorización de contenidos).
- Soporte al usuario en el uso de la plataforma (dificultades de acceso, incidencias en el manejo, etc.).
- Elaboración de informes finales de participación.

### 3.2. Asesoramiento y acompañamiento tecnológico a comercios de Gijón.

a) Itinerario de **acompañamiento a comercios**:

- En fase inicial, para aquellos comercios que accedan por primera vez al programa.
- En fase avanzada, para aquellos que continúen tras participar en ediciones anteriores de DIGICOM (priorizando a los comercios que se incorporaron en la última edición).

El diseño del servicio establece esta secuencia:

3. Visita inicial al comercio

- a. de diagnóstico (comercios de fase inicial)
- b. de seguimiento (comercios en fase avanzada)

4. Generación de entregable:

- a. Diagnóstico y prescripción (comercios de fase inicial)
- b. Plan de acción actualizado (comercios en fase avanzada)

5. Acompañamiento y apoyo durante 2-3 meses. Resolución de dudas y seguimiento activo.

Se incluye al final de este apartado una descripción pormenorizada de cómo se ha de estructurar el servicio.

Las sesiones de trabajo con el comercio podrán ser presenciales u on-line, según sea más conveniente para los tiempos del comercio y el consultor, pero, en todo caso, deberá **existir al menos una sesión presencial en tienda durante el proceso del acompañamiento**.

El proceso completo de acompañamiento se desarrollará en itinerarios aproximados de 3-4 meses de duración orientativa, si bien los mismos podrán modificarse en función de cada proyecto y necesidades/disponibilidad del comercio.

En total está previsto atender a **80 comercios**.

- b) **Asesoramiento ocasional**, para los comercios diagnosticados y con plan de digitalización que hayan participado en ediciones anteriores del programa DIGICOM.

Este servicio se dirige a los comercios que ya participaron en ediciones anteriores, y que, no precisando de un acompañamiento más intensivo, sino algo más puntual, tiene por objeto ofrecerles un apoyo ante las dudas que les pudieran surgir en su día a día.

El servicio de asesoramiento ocasional se ofrecerá en el formato de “call-center” ofreciendo atención por diversos canales (telefónica, videoconferencia, mail, WhatsApp, etc.).

El servicio se dimensionará a partir de una dedicación estimada de 40 horas mensuales durante 2 meses.

Mensualmente se aportará relación de comercios atendidos y canal utilizado.

### **3.3. Puesta en marcha de un nuevo servicio de acompañamiento, centrado de forma específica en la gestión del dato.**

- a) Para la articulación de este servicio, se desarrollará una **metodología data-driven**, con las orientaciones que se proporcionan más adelante, en el apartado de metodologías a aplicar.

El servicio tiene como objetivo general impulsar la mejora competitiva de los comercios introduciendo la cultura del dato y apoyando sus primeros pasos en el despliegue de un proyecto tangible vinculado a la analítica de datos. A través del servicio de acompañamiento personalizado a diseñar, se facilitará el desarrollo de las capacidades del comercio, en términos de adquisición de conocimientos, procesos y herramientas, para identificar, analizar y explotar los datos con los que cuentan, utilizando técnicas de “Business Intelligence” e inteligencia artificial.

Para la consecución de este objetivo, y sobre la base metodológica propuesta, se articulará un servicio de acompañamiento orientado a ayudar a los comercios en:

- Utilización de la analítica de datos como soporte para los procesos de mejora competitiva y toma de decisiones del negocio.
- Concienciación sobre la importancia del dato, incidiendo en la necesidad de disponer de datos, procesarlos y analizarlos adecuadamente en función de los objetivos perseguidos por el comercio, y así tomar decisiones en consecuencia.

El desarrollo metodológico deberá proponer los siguientes instrumentos, adaptados al sector comercio:

- Cuestionario de valoración/triaje.
- Diseño del itinerario de acompañamiento, e instrumentos asociados:
  - Cuestionario de diagnóstico.
  - Propuesta de articulación de itinerario.

- b) **Diagnóstico general (triaje) de comercios en relación a la gestión del dato**, consistente en una evaluación de la disponibilidad y uso actual del dato sobre una muestra significativa de los

comercios que han participado en ediciones anteriores del programa (**150 comercios**), que permita clasificar a los comercios en función del potencial aprovechamiento que tendrían del itinerario. **La asistencia técnica consistirá en la elaboración del formulario de triaje siendo su realización a cuenta de la asociación de comerciantes.**

- c) Selección de **20 comercios** sobre los que pilotar el acompañamiento, focalizando en aquellos comercios con mayor potencial de aprovechamiento del servicio. Aplicación del itinerario de acompañamiento.

**3.4 Dinamización de sesiones de trabajo de innovación ( 3 )** (la organización de las jornadas será realizada por la Unión de Comerciantes; las jornadas podrán ser presenciales u on-line, según determine más conveniente la Unión de Comerciantes).

El desarrollo de su contenido implicará:

- Debate con las empresas sobre las necesidades y servicios que son necesarios en su proceso de digitalización avanzado.
- Incorporación a las sesiones de empresas de otros sectores acordes con estas necesidades. (ej., sector logístico, bancaria, tic...)

## **4. Metodología asociada a los servicios.**

### **4.1. Descripción detallada del servicio de asesoramiento y acompañamiento a comercios FASE INICIAL.**

Como primer paso, se realizará una **evaluación exhaustiva del nivel de madurez digital del negocio**, incluyendo entre otros los siguientes aspectos:

- Análisis del modelo de negocio y su adaptación al mundo online.
- Competencias digitales actuales y capacidad de acción.
- Estrategia de presencia en internet y venta on-line actual, y herramientas de marketing digital y comercio electrónico utilizadas.
- Nivel de ventas actuales por canal (presencial y online), y correspondencia de los resultados con la estrategia, herramientas y dedicación de tiempo actuales.
- Identificación de datos disponibles (datos recogidos de negocio/clientes) y el uso que se hace de los mismos.

Como resultado de la evaluación realizada se proporcionará al comercio una radiografía detallada de su situación de partida, de los objetivos realistas y alcanzables que se podrían llegar a conseguir y una hoja de ruta con las acciones prioritarias que se propone abordar, con el acompañamiento del equipo asesor, definiendo la estrategia más adecuada a seguir, en función del nivel de madurez en el que se encuentre el comercio y de otras consideraciones, contemplando aspectos como:

- Análisis previo de la situación actual del comercio, estado tecnológico actual (modelo de negocio online actual, competencias digitales, análisis de competencia y de oportunidades, capacidad de actuación, ...).
- Puesta en marcha de estrategia o rediseño de estrategia de venta.

- Definición del “cliente ideal” adecuado al contexto actual.
- Estrategias de atracción/fidelización de clientes.
- Estrategia de omnicanalidad.
- Selección de los canales y plataformas de venta más adecuado para comercio en función del nivel identificado.
- Puesta en marcha de nuevos canales de venta u optimización de los existentes, orientándolos al aumento de las ventas a través de Internet.
- Estrategia para la apertura de nuevos mercados.

Como resultado se obtendrá un **plan de acción individualizado** en el que se detallen las acciones concretas a realizar por el comercio, incluyendo acciones formativas prescritas en función de las necesidades identificadas. Las acciones propuestas por el equipo asesor serán valoradas y priorizadas conjuntamente con el comercio destinatario, atendiendo a diversos factores (complejidad de la acción a acometer, posibilidades económicas de acometerlas -en su caso-, valoración del retorno esperado a corto / medio / largo plazo, etc.), consensuando con el comercio un plan de trabajo definitivo en el que se reflejen ya compromisos de acción concretos, y una temporalización asociada.

Una vez acordado el plan de acción concreto a seguir, se iniciará un **proceso de acompañamiento y seguimiento activo** al comercio durante la fase de ejecución de las acciones propuestas, con el objetivo de facilitar los procesos de cambio y/o de implantación de nuevas herramientas, así como la apropiación y el correcto aprovechamiento de las soluciones implantadas, ya sean preexistentes o nuevas. El acompañamiento y seguimiento estará orientado a:

- La resolución de dudas o consultas de índole técnica, operativa o de negocio asociadas a cualquiera de las medidas a implantar o implantadas o a otros aspectos relacionados.
- El análisis de las dificultades detectadas que supongan un riesgo para el éxito de la correcta implantación de las medidas propuestas.
- La observación y supervisión de las formas de abordar los nuevos procesos, y del uso de la tecnología implantada, en su caso.
- La recomendación sobre acciones a realizar sobre las soluciones implantadas para sacar el máximo provecho o para operar correctamente la solución/estrategia.
- El apoyo antes cualquier dificultad observada durante el proceso de cambio.
- El seguimiento de los progresos realizados por el comercio, así como la detección temprana de cualquier dificultad que ponga en riesgo la ejecución del Plan de Transformación Digital propuesto.
- La tutorización individualizada para atender aquellas carencias formativas que no puedan ser cubiertas con los recursos formativos dispuestos al efecto de forma general. Durante esta fase de seguimiento y acompañamiento se podrán organizar sesiones formativas individualizadas a la manera tradicional (ya sea de forma presencial o mediante webinars), sobre todo en aquellos casos donde las competencias tecnológicas preexistentes o bien son muy básicas (y requieren de un apoyo especial, ya sea individual o colectivo, no siendo suficiente la existencia de materiales de autoconsumo) o bien son muy avanzadas, y requieren de un tratamiento muy específico e individualizado, donde los materiales de autoconsumo, de carácter más generalista, pueden no ser la forma de aproximación más apropiada.

La realización de este seguimiento de forma proactiva permitirá establecer una monitorización del proceso de consolidación de las acciones propuestas, orientada a optimizar el rendimiento que las soluciones implantadas suponen para el comercio, y a la detección y solución precoz de las posibles dificultades con las que se encuentre durante su puesta en marcha, facilitándole, si procede, soporte o apoyo adicional.

El proceso de acompañamiento se desarrollará de forma mixta, pudiendo combinar trabajo de campo realizado en el propio comercio con sesiones de trabajo remotas (videoconferencia), tanto individuales como colectivas, según se determine en los itinerarios concretos

Para aquellos comercios que no cuentan siquiera con las competencias básicas a este respecto (aspecto que será detectado en la fase de triaje), el itinerario de capacitación y acompañamiento incluirá una primera formación y/o apoyo presencial básicos conducentes a la adquisición de las competencias digitales mínimas que permitan el correcto acceso a los recursos (por ej., el uso de herramientas básicas de videoconferencia).

#### **4.2. Descripción detallada del servicio de asesoramiento y acompañamiento a comercios FASE AVANZADA.**

Los comercios incorporados a esta fase ya han sido objeto de un asesoramiento y acompañamiento inicial durante ediciones anteriores (se priorizará a los que iniciaron itinerario en 2022).

El trabajo a desarrollar en esta nueva edición pretende darle continuidad a su itinerario de acompañamiento, centrándose tanto en la solución de problemas a los que se ha enfrentado el comercio a raíz de la puesta en marcha de las prescripciones dadas, como en el seguimiento de su evolución digital, para detectar nuevas oportunidades.

Comprenderá el **proceso de acompañamiento y seguimiento activo** descrito en el apartado anterior, partiendo de una primera toma de contacto para evaluar el punto de partida del comercio en este nuevo ciclo de acompañamiento.

#### **4.3. Enfoque general de la metodología Data-Driven a desarrollar en el marco del proyecto.**

En el día a día de cualquier actividad empresarial se generan, y van acumulándose, multitud de cifras y datos que se registran digitalmente. El análisis inteligente de datos busca generar o adquirir conocimiento, a través de información que ha sido previamente generada, almacenada, transformada, clasificada, organizada, integrada y analizada. En muchos procesos de toma de decisión, ya sean decisiones de diseño de un producto o servicio o decisiones comerciales, el análisis inteligente de datos siempre da una visión de la problemática que no se puede conseguir de otra manera, proporcionando soluciones para prever las consecuencias de potenciales decisiones.

El proyecto busca impulsar la mejora competitiva de los comercios participantes, y para ello:

- Busca la obtención de un valor diferencial de una de las mayores fuentes de negocio de las empresas, el DATO.
- Integra un proceso de acompañamiento personalizado con formación que permitirá la capacitación del comerciante para proporcionarle una visión estratégica y de futuro sobre el valor del dato, y cómo potenciarlo y utilizarlo en el marco de su negocio.
- Plantea un proyecto piloto, que busca un efecto demostrador, proporcionando acciones de calidad para los comercios participantes y de impacto medible.

- Busca acelerar el proceso de transformación digital de los comercios participantes, y el desarrollo de sus capacidades tecnológicas, aportando soluciones a la medida de sus necesidades y de su grado de madurez tecnológica, y por tanto, de su capacidad de absorción de las tecnologías propuestas.

Por todo lo anterior, la aproximación metodológica a seguir debe partir de un análisis del modelo de negocio de cada comercio atendido, identificando sus procesos críticos y necesidades de análisis de datos, junto con un diagnóstico de su situación inicial en relación a su infraestructura hardware y software para la gestión de datos.

Asimismo, se debe acompañar al comercio en el proceso de dar valor al dato como fuente de información y conocimiento, a su generación, captación e implantación de técnicas de “Business Intelligence” e Inteligencia Artificial de alto valor para el negocio

La articulación del servicio se desarrollará en paralelo con las actividades de sensibilización y capacitación propuestas, que permitirán optimizar el impacto del servicio, además de servir como marco para el intercambio de experiencias y soluciones aplicadas en este ámbito.

El itinerario de acompañamiento se articulará a partir del desarrollo de las siguientes tareas:

- Análisis del modelo de negocio del comercio, identificando los procesos de negocio críticos para la mejora de la productividad en el mismo.
- Obtención del diagnóstico de situación inicial del comercio en relación a su infraestructura hardware y software para la gestión de datos y necesidades de análisis de datos que requiere.
- Detección de los puntos de recogida de información (entrada/salida) de los procesos identificados anteriormente con el fin de recabar toda la información necesaria sobre identificación del proceso, datos que se recogen y formato.
- Elaboración de un listado de posibles proyectos pilotos ad hoc para el comercio, enfocados al análisis de datos.
- Priorización, según una matriz de ponderación, de los proyectos pilotos identificados y selección del piloto a desplegar.
- Diseño de la hoja de ruta para el desarrollo del proyecto piloto.
- Acompañamiento en despliegue de proyecto piloto. Despliegue de la infraestructura de análisis de datos y desarrollo de herramientas para la interpretación de los resultados del análisis de datos.
- Evaluación del impacto del servicio en cada comercio en particular, con especial énfasis en las capacidades adquiridas y lecciones aprendidas, y proyección de una hoja de ruta a corto y medio plazo en la que la pyme pueda continuar trabajando a partir de los conocimientos adquiridos.

**El servicio de acompañamiento y asesoramiento en este apartado se realizará para los 20 comercios participantes en al menos 3 sesiones presenciales, en el comercio durante toda la duración del programa**

#### **4.4. Comunes a todos los servicios de asesoramiento.**

Se diseñará un cuadro de mando con diferentes indicadores que vayan mostrando la evolución de los comercios participantes desde su nivel de entrada en el programa hasta su nivel de finalización y su puesta a disposición de esta asociación.

#### **6.5 Innovación, información, colaboración y experimentación.**

Participación en **3 jornadas de innovación y motivación**, según alguno de los siguientes formatos y contenidos:

- \* Charla sobre las necesidades del sector en digitalización y mesas de trabajo en las que los

consultores responderán a las dudas de los comercios presentes.

\* Sesiones divulgativas de empresas que presten servicios innovadores y relacionados con el entorno digital (Inteligencia Artificial, Business Intelligence, etc.) y/o que presten servicios de especial interés para el ecosistema de los comercios DIGICOM.

La organización de las jornadas será realizada por la Unión de Comerciantes; las jornadas podrán ser presenciales u on-line, según determine más conveniente la Unión de Comerciantes

## **5. Escenario de ejecución.**

El escenario de ejecución previsto (alcance cuantitativo) para el 2024 se resume a continuación:

<i>Elemento</i>	<i>Nº unidades</i>
Contenidos didácticos destinados a autoconsumo, para digitalización básica	3
Acciones formativas de 10 horas para la digitalización básica	4
Acción de formación gamificada (3 meses, 100 comercios participantes). 9 unidades didácticas (6 generales y 3 de gestión del dato).	1
Servicio de asesoramiento y acompañamiento a comercios en fase inicial y consolidación para la digitalización básica	80
Servicios de asesoramiento ocasional a comercios (a demanda) / call-center - durante 2 meses a razón de 40 horas mensuales	2
Jornadas innovación	3
Desarrollo de metodología e itinerario específico de evaluación y acompañamiento orientada a la gestión del dato.	1
Contenidos de sensibilización y formación orientados al dato	3
Acciones formativas de 10 horas orientadas al dato	4
Acompañamiento a empresas en itinerario específicos para la gestión del dato	20

## **6. Plazo de ejecución.**

El plazo de ejecución del contrato será de aproximadamente **9 meses (abril-diciembre'2024)**, extendiéndose en todo caso **como máximo hasta el 30 de diciembre de 2024. MUY IMPORTANTE. El plazo de ejecución puede variar según el contenido final del convenio de colaboración entre la Unión de Comerciantes de Asturias y el Ayuntamiento de Gijón que da soporte a este programa y concurso.**

## **7. Criterios de valoración**

Valoración mediante criterios objetivos cuantificables mediante fórmulas:

1. Oferta económica, conforme al alcance básico de ejecución establecido: 40 puntos.
2. Equipo humano aportado: 40 puntos.
3. Plan de aseguramiento del servicio (aseguramiento de la calidad y control y gestión de riesgos): 20 puntos.

El criterio 1 (oferta económica) se puntuará mediante la siguiente fórmula:

- Se descartarán aquellas ofertas que superen el precio de licitación.
- El umbral mínimo de puntuación se fija en el precio de licitación, de forma que las ofertas que iguallen el precio de licitación obtendrán 0 puntos.
- El umbral de máxima puntuación vendrá definido por una de las siguientes condiciones:
  - Importe de la oferta más económica recibida, siempre y cuando dicho importe sea inferior al 85% del coste del contrato.
  - 85% del coste del contrato, en el caso de que todas las ofertas recibidas sean de importe superior.
- Una vez fijados los umbrales mínimo y máximo, se valorarán todas las ofertas en proporción a los mismos.

Los criterios 2 y 3 se valorarán según una escala de 4 valores (A, B, C, D):

- Se asignará al grado A un 100% de la puntuación del criterio evaluado, al grado B un 65%, al grado C un 25% y al grado D un 0%.
- El grado A se asignará a la oferta u ofertas que mejor desarrollen el criterio evaluado, siempre y cuando sus aportaciones al mismo sean significativas (de lo contrario podrán recibir grados inferiores y no haber ninguna oferta con grado A).
- El grado D se asignará a las ofertas cuyo desarrollo del criterio evaluado sea inadecuado y/o cuando se aporte detalle insuficiente para realizar la evaluación o se limite a reproducir los requisitos definidos en el presente documento de mínimos.
- Los grados B y C se otorgarán por comparación con las ofertas que mejor hayan respondido al criterio evaluado, de forma motivada.

## **8. Presentación de oferta.**

Las ofertas económicas deberán presentarse según el **“Modelo de presentación de oferta y declaración responsable sobre capacidad y habilitación”** que se adjunta como anexo, donde deberá constar el desglose

de precios unitarios. Las ofertas económicas se formularán conforme al escenario de ejecución definido, en términos de nº de unidades.

Las ofertas técnicas deberán incluir:

- Descripción del equipo humano que se pone a disposición del proyecto, experiencia específica en relación con el objeto del contrato. Se indicará datos de identificación y experiencia de cada miembro del equipo y perfil en el que se encuadran. Para cada perfil se incluirán relación de tareas asignadas y horas de dedicación estimadas en base al alcance definido en el presente pliego.
- Plan de aseguramiento del servicio, con especial atención puesta en el aseguramiento de la calidad y en la gestión de riesgos. Este plan incluirá referencia expresa a los plazos de prestación del servicio según cada división de acciones especificadas en este documento, formas de pago y la documentación necesaria para la formalización del contrato una vez adjudicado el concurso.

Los interesados deben presentar su oferta por correo electrónico dirigido a [carmen@comercioasturias.com](mailto:carmen@comercioasturias.com) antes de las **12:00 horas del 27 de marzo de 2024**. Los correos deberán incluir adjuntos dos ficheros pdf, correspondientes a la oferta económica y oferta técnica respectivamente, que deberán ir firmados con firma electrónica, no siendo válidos sin el cumplimiento de tal requisito.

## **9. Adjudicación.**

La adjudicación del contrato se realizará a favor de la oferta que haya obtenido la mayor puntuación conforme a los criterios de valoración definidos.

Con independencia de la oferta económica recibida (que garantiza que como mínimo se podrá ejecutar el escenario de ejecución inicialmente previsto), el contrato se celebrará por el precio máximo de licitación

El alcance final del servicio (y por tanto el coste efectivo del contrato) se determinará en tiempo de ejecución, pudiendo la Unión de Comerciantes alterar el nº de unidades a desarrollar de cada elemento reflejados en el escenario de ejecución recogido en el presente documento, en función de la respuesta del colectivo destinatario a la convocatoria de participación en las distintas actividades que se programen (y con el objeto de adaptar el desarrollo del contrato a la respuesta del colectivo beneficiario del programa), y de la distribución de las asignaciones

El alcance mínimo del contrato vendrá determinado por los elementos fijos a desarrollar, que no dependen de la participación de terceros, tales como desarrollos metodológicos y de contenidos, en el nº de unidades definido en el escenario de ejecución previsto en el presente pliego.

El alcance máximo, a su vez, vendrá definido por el precio máximo de licitación.

La facturación se realizará en todo caso sólo por aquellos servicios efectivamente prestados, y conforme a los precios unitarios ofertados, sin que el importe total de los servicios prestados pueda superar el importe máximo de licitación.

### Cláusula de salvaguarda:

La ejecución del presente concurso, tanto en su ejecución definitiva como en su desarrollo, queda condicionado a la aprobación definitiva por el Ayuntamiento de Gijón del Convenio de Colaboración para su desarrollo en el ejercicio 2024, pudiendo la asociación convocante anular la presente contratación en caso de que dicho Convenio no se apruebe o se haga en condiciones que dificulten la ejecución del contenido establecido en el presente documento, siempre a criterio de la Unión de Comerciantes del Principado de Asturias y sin que ello dé derecho a indemnización o pago por ningún concepto a las empresas ofertantes incluso una vez adjudicado a la contratada.

## ANEXO I

### Modelo de presentación de oferta y declaración responsable sobre capacidad y habilitación

D/Dña. \_\_\_\_\_, en nombre y representación legal de \_\_\_\_\_ con CIF Nº \_\_\_\_\_ y domicilio en \_\_\_\_\_, en calidad de representante legal de la misma, y con teléfono \_\_\_\_\_ y e-mail a efectos de notificaciones \_\_\_\_\_, realiza la siguiente

#### **DECLARACIÓN RESPONSABLE**

para hacer constar que:

1. Posee plena capacidad de obrar.
2. No está incurso en prohibición legal alguna para contratar.
3. Se halla al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social.
4. Cuenta con la habilitación empresarial o profesional que, en su caso, sea exigible para la realización de la actividad o prestación que constituye el objeto del contrato.
5. Puede acreditar estar en posesión de las condiciones de solvencia económica, financiera y profesional o técnica que se determinen por la Unión de Comerciantes, de forma proporcional a las exigibles para un contrato de esta naturaleza y cuantía.
6. Cumple con la normativa aplicable a este tipo de contrataciones y procedimientos previsto en la legislación sobre contratos públicos y legislación complementaria.
7. La persona firmante de este documento tiene poder bastante para realizar estas actuaciones en nombre de la empresa.

Declarado lo expuesto, formula la siguiente oferta económica en respuesta a la solicitud de ofertas para la contratación del servicio de **“DESARROLLO DE CONTENIDOS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LA DIGITALIZACIÓN DEL COMERCIO DE GIJÓN AÑO 2024”**, conforme a los requisitos definidos en el documento de solicitud de ofertas remitido por la Unión de Comerciantes de Gijón:

OFERTA ECONÓMICA CONFORME AL ESCENARIO DE EJECUCIÓN DEFINIDO:

<i>Elemento</i>	<i>Nº unidades</i>	<i>Importe unitario sin IVA</i>	<i>Importe total sin IVA</i>
Contenidos didácticos destinados a autoconsumo, para digitalización básica	3		
Acciones formativas de 10 horas para la digitalización básica	4		
Acción de formación gamificada (3 meses, 100 comercios participantes). 9 unidades didácticas (6 generales y 3 de gestión del dato).	1		
Servicio de asesoramiento y acompañamiento a comercios en fase inicial y consolidación para la digitalización básica	80		
Servicios de asesoramiento ocasional a comercios (a demanda) / call-center - durante 2 meses a razón de 40 horas mensuales	2		
Jornadas innovación	3		
Desarrollo de metodología e itinerario específico de evaluación y acompañamiento orientada a la gestión del dato.	1		
Contenidos de sensibilización y formación orientados al dato	3		
Acciones formativas de 10 horas orientadas al dato	4		
Acompañamiento a empresas en itinerario específicos para la gestión del dato	20		
TOTAL ( base imponible) IVA no incluido			
IVA 21%			
TOTAL IVA incluido			

(\**) El importe total ofertado conforme al escenario de ejecución definido no deberá superar el presupuesto base de licitación.*

En \_\_\_\_\_, a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2024

Fdo.: D./Dña. \_\_\_\_\_