

**PROCEDIMIENTO NORMAL**  
**PLIEGO DE CONDICIONES: SERVICIO DE CONSULTORÍA PARA EL DESARROLLO DEL**  
**PROGRAMA DE APOYO A LA DIGITALIZACIÓN Y EL CONOCIMIENTO DEL SECTOR**  
**COMERCIAL MINORISTA EN LA ISLA DE LANZAROTE Y LA GRACIOSA**

**Expediente de contratación nº 1/2024**

**1.- OBJETO**

El presente pliego tiene por objeto definir las condiciones por las que se regulará la contratación de los servicios de consultoría para el desarrollo del programa de apoyo a la digitalización y el conocimiento del sector comercial minorista en la isla de Lanzarote y La Graciosa, programa financiado por la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias.

Los trabajos a realizar durante la ejecución del servicio comprenden las siguientes prestaciones:

**I. Servicio Consultoría para la elaboración de un diagnóstico de situación de la transformación digital de las empresas participantes.**

La transformación digital de los comercios minoristas es un proceso esencial para que estas empresas puedan competir en el entorno actual. El diagnóstico y el plan de mejora son herramientas fundamentales para que las empresas avancen en este proceso.

En este sentido, el diagnóstico de la digitalización de los comercios minoristas participantes es un proceso que permitirá conocer el estado de su madurez digital como punto de partida para la elaboración de una hoja de ruta a seguir que priorice las necesidades en función de los objetivos de su negocio y que busque el nuevo posicionamiento deseado con respecto a la transformación digital.

Se elaborará a través de tres etapas:

1. Recopilación de los datos fundamentales y análisis del modelo de negocio con el apoyo de la herramienta de gestión estratégica CANVAS para tener un mejor conocimiento y entendimiento del funcionamiento actual de la empresa y su visión futura. La aplicación de este modelo ofrece una representación visual del modelo de negocio basándose en cuatro pilares claves, la propuesta de valor, clientes, infraestructura y viabilidad económica.

Se diseñará un formulario para la recogida de información y se programará una reunión presencial u online con la persona responsable del comercio para el registro de datos cuantitativos y la valoración de indicadores cualitativos.

Además, también se diseñará el material de difusión, información y publicidad, teniendo en cuenta el logotipo del Gobierno de Canarias de acuerdo con la identidad corporativa gráfica del Gobierno de Canarias, con análoga relevancia, así como el logotipo de Comercio de Canarias.



2. Análisis de los ejes estratégicos de la Transformación Digital (cultura de la organización, la seguridad, el aprovechamiento de los datos recogidos y de la información de negocio, y la innovación en el modelo de desarrollo de la transformación digital).
3. Configuración del diagnóstico final contemplando la siguiente información:

**De carácter general:**

- Perfil de las empresas: el diagnóstico debe identificar las características de las empresas, como el tamaño, la ubicación, modelo de negocio, segmento de actividad comercial, así como toda la información necesaria para comprender las necesidades y retos específicos de cada tipo de empresa.
- Nivel de digitalización: El diagnóstico debe evaluar el nivel de digitalización de los comercios participantes en términos de los procesos, las tecnologías y los datos utilizados.
- Barreras a la digitalización: El diagnóstico debe identificar las barreras que impiden a los comercios que participen en el programa, avanzar en su proceso de digitalización.

**De carácter específico:**

- **Propuesta de valor:**
  - Por qué los clientes eligen a la empresa, sus productos y servicios.
  - Relación entre la propuesta de valor y producto/servicio de la empresa.
- **Segmentos de clientes:**
  - Identificar grupo objetivo de clientes. Tipos/perfiles de clientes: tamaño, sector, qué productos/servicios compran. Perfil interlocutores con los clientes. Nivel de conocimiento cualitativo de los clientes. Tipo de mercado.
  - Identificar posibles futuros segmentos de clientes. Qué productos/servicios comprarían.
- **Canales:**
  - Canales de marketing, distribución y venta con los que la empresa entra en contacto con los clientes. Vinculación de los distintos canales. Cuáles son los más rentables. Nivel de ajuste a las expectativas/necesidades del cliente. Modelo de canal (propio, con partners o mixto).
- **Relaciones con los clientes:**
  - Tipos de relaciones que la empresa establece con los segmentos de clientes específicos. Cómo se vende a los clientes.
  - Método y estilo de desarrollo de negocio: el ambiente, el enfoque del cliente; apariencia, imagen y reputación de la empresa; grado de servicio, interpretación del cliente y servicio postventa.
  - Acciones de ventas: adquisición de clientes; retención de clientes; estimular las ventas.
  - Interacción y caracterización de la relación con el cliente.
  - Autoservicio (por ejemplo, tienda web) y servicios automatizados (en línea).



- Comunidades (demostrar compromiso al facilitar el intercambio de experiencias y conocimientos de los usuarios para resolver los problemas de los demás).
- Co-creación: relación cliente-vendedor para crear un valor adicional juntos, aumentar la participación mediante la creación de nuevo valor en productos y/o servicios junto con el cliente (por ejemplo, contenidos de YouTube).
- **Fuentes de ingresos:**
  - Procedencia de los ingresos del negocio. Cómo se generan los ingresos (más allá del precio de un producto o servicio).
- **Recursos clave:**
  - Recursos más críticos del modelo de negocio para que la empresa pueda proporcionar valor a los segmentos de clientes definidos (medios intelectuales, activos, recursos humanos, recursos financieros).
- **Actividades clave:**
  - Principales actividades centrales de la empresa que dan lugar a la propuesta de valor. Impacto de estas actividades en la creación de valor: ¿valen el tiempo y los costes asociados?
- **Socios clave:**
  - Identificación de los socios claves con impacto en la generar valor.
- **Estructura de costes:**
  - Costes fijos y variables relacionados con el modelo de negocio. Modelo de negocio con enfoque basado en costes o basado en valor. Posibles ahorros de costes, transformación de costes fijos en costes variables, posibilidades de aumentar el flujo de ingresos.
  - Costes de relaciones con los clientes. Costes de las acciones de desarrollo de negocio en comparación con los ingresos generados por las distintas tipologías de relaciones con el cliente. Desarrollo y tendencias de relaciones con los clientes, previsiones de cambios, tendencias de las relaciones con los clientes, posibilidades de ajustes oportunos del ciclo de vida de las relaciones con el cliente.
- **Conclusiones del análisis: mecanismos de beneficio y crecimiento:**

El análisis desagregado a modo de diagnóstico, permitirá ir poniendo orden en la información y la visión holística del conjunto, lo cual permitirá conocer qué mecanismos de beneficio (actual y futuro) y crecimiento posee la empresa a partir de los conocimientos e información que se haya estructurado, integrado y conectado, dando lugar a una fotografía que ayudará a conocer aspectos críticos como:

  - Nivel del enfoque centrado en el cliente (aportación de valor).
  - Conocimiento de las necesidades del cliente y alineación la propuesta de valor de la empresa.
  - Idea de la posición de la empresa en el mercado. Nivel de evolución y madurez de sus productos/servicios.
  - La sostenibilidad de los ingresos y el mecanismo de beneficio y rentabilidad de la empresa.
  - Nivel de los procesos clave (actividades y recursos).



- El nivel de enfoque “data driven” (consiste en la toma de decisiones estratégicas basadas en el análisis e interpretación de datos lo que permite a las empresas organizar sus datos con el fin de atender mejor a sus clientes y consumidores).
- El rol de la tecnología como palanca de eficiencia y crecimiento (vinculado con el nivel de tecnologías de la información) y de la innovación como palanca de crecimiento y rentabilidad.

## **II. Servicio de consultoría para la elaboración de un plan de transformación digital de las empresas participantes.**

A partir del diagnóstico realizado en cada una de las empresas participantes, se procederá a elaborar un plan de mejora que abordará los tres pilares de la Transformación Digital: personas, procesos y tecnología, actuando sobre los ejes principales: la cultura de la organización, la seguridad, el aprovechamiento de los datos recogidos y de la información de negocio, y la innovación en el modelo de desarrollo de la transformación digital.

El plan de mejora de la digitalización de los comercios minoristas es un documento que establece los objetivos, las acciones y los recursos necesarios para que las empresas avancen en su proceso de transformación digital. El contenido del plan de mejora incluirá los siguientes aspectos:

- **Objetivos:** El plan establecerá objetivos claros y medibles para la digitalización de las empresas.
  - **Acciones:** El plan definirá las acciones concretas que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos.
  - **Indicadores:** El plan identificará los recursos necesarios para implementar las acciones.
- Además, el plan de mejora será:
- Flexible y adaptable a los cambios que se produzcan en el entorno.
  - Realista y alcanzable para los comercios participantes.

## **III. Servicio de consultoría para la elaboración de un informe global de resultados y perfil de las empresas participantes.**

A partir del análisis de los resultados obtenidos en el diagnóstico realizado a las empresas participantes, se elaborará un informe que permita ofrecer una información global, a la vez que segmentada, según el perfil de las empresas participantes, para que sirva como orientación de cara a saber la situación de las empresas de Comercio minorista de Lanzarote y La Graciosa en materia de digitalización. Asimismo, el informe recogerá propuestas de mejora para avanzar en la implantación de acciones de digitalización en las pymes del sector de Comercio en Lanzarote y La Graciosa, tales como:

- Propuestas o recomendaciones para el desarrollo de líneas de actuación y medidas para promover el avance más efectivo y óptimo de la digitalización
- Propuestas dirigidas a los poderes públicos en materia normativa de planes y programas de actuación.



- Recomendaciones dirigidas a las organizaciones que prestan apoyo y asistencia técnica al tejido empresarial del sector del Comercio de Lanzarote y La Graciosa en materia de digitalización.
- Recomendaciones a nivel empresarial.

La empresa adjudicataria deberá cumplir con la normativa laboral, de seguridad o cualquier otra normativa que le sea de aplicación. Se considera básico poner a disposición de todo el personal necesario para el desarrollo del servicio. La empresa deberá garantizar el cumplimiento de los servicios pactado con el personal de que disponga en cada momento, sin que exista obligación de tener siempre asignado el mismo personal, y pudiendo rotarlos por cuestiones organizativas. Además, en todo caso, el contratista responderá por la calidad de los trabajos realizados por su personal. Asimismo, deberá tener constituido seguro de responsabilidad civil por el servicio a realizar, con el fin de cubrir cualquier tipo de daño.

La empresa designará un representante como persona de contacto de cara a la organización de los servicios. Por parte de la Cámara, el responsable del contrato será quien ejerza las funciones de Dirección General o la persona en quien delegue.

## **2.- PLAZO**

Los servicios de consultoría tendrán como duración hasta la finalización del evento y presentación del informe con las evidencias de correcta ejecución, que se aportará en el momento de presentación de la factura. En todo caso, los plazos para la completa ejecución de los servicios, serán pactados por las partes una vez iniciados los mismos, no pudiendo exceder su finalización más allá del 31 de julio en el caso de los puntos I – II recogidos en el objeto de este pliego, y del 31 de octubre en el caso del punto III del mismo apartado.

No se admitirá prórroga del contrato.

## **3.- RÉGIMEN JURÍDICO Y PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN.**

La presente contratación se regirá por el presente pliego, la oferta del licitador adjudicatario y el contrato que en su caso se formalice. Para lo no previsto en estos documentos, la presente contratación se regirá en todo lo referente a la licitación y adjudicación por lo establecido en las instrucciones internas de contratación de la institución, y en lo referente a lo efectos, cumplimiento y resolución por el derecho privado.

El procedimiento de contratación, en base al precio máximo previsto, será el Procedimiento Normal, tal y como se establece en las Instrucciones Internas de Contratación de la Cámara de Comercio de Lanzarote y La Graciosa. Por la relevancia de la contratación se solicitará oferta al menos a tres licitadores capacitados.

## **4.- PRECIO MÁXIMO DE LICITACIÓN**



El precio máximo de licitación por los **servicios a prestar** ha sido fijado en **VEINTE MIL QUINIENTOS EUROS** (20.500,00€), IGIC incluido.

El precio final de la adjudicación será el ofertado por el licitador adjudicatario. El precio del licitador deberá incluir todos los gastos e impuestos necesarios para la realización de los servicios requeridos, sin que se puedan añadir más conceptos que los impuestos generales indirectos.

En la presente contratación, por sus características, no se contempla la revisión de precios.

#### **5.- PRESENTACIÓN DE OFERTAS**

Los licitadores interesados deberán presentar sus ofertas en el plazo máximo de **diez días naturales** a partir del día siguiente a la notificación de la invitación o desde el día siguiente al de la publicación del pliego en el perfil de contratantes.

Los licitadores deberán presentar en su oferta la siguiente documentación:

- Propuesta económica del servicio, IGIC incluido (precio).
- Declaración responsable de encontrarse al corriente de sus obligaciones con las administraciones públicas y no incurrir en prohibiciones de contratar con la administración.
- Documentación de personalidad y representación: DNI del representante, CIF sociedad, y escritura de representación.

**La propuesta económica y las declaraciones responsables deberán ser originales y deben estar firmados por el representante.** Además, la documentación será presentada **en sobre cerrado**, con los datos del licitador en el exterior del sobre (nombre, teléfono, mail y dirección), **a través del registro de entrada de la institución, dentro del plazo fijado de 10 días naturales.**

#### **6.- ADJUDICACIÓN.**

El órgano de contratación, acompañado del personal técnico de la Cámara, será el responsable de la apertura de los sobres de los licitadores (una vez finalizado el plazo de presentación o antes si todos los licitadores invitados han presentado su oferta), solicitará a los licitadores la subsanación de los defectos que se consideren subsanables, y procederá a adjudicar el contrato al licitador que haya presentado la oferta más ventajosa en su conjunto para la institución.

Los criterios de valoración para la puntuación de los licitadores por parte del órgano de contratación son:

- Oferta económica: 100 puntos.
  - o Propuesta económica del servicio mínimo requerido. Máximo 100 puntos. Obtendrá 100 puntos el licitador que oferte el servicio a un precio más bajo, y se aplicará regla de tres simple sobre el resto de licitadores en función de la baja ofertada.



La adjudicación será comunicada a todos los licitadores interesados, así como en el perfil del contratante.

#### **7.- FORMALIZACIÓN DE CONTRATO**

El órgano de contratación, tras estudiar las ofertas presentadas en plazo, redactará acta de adjudicación a favor de aquel cuya oferta sea, en su conjunto, más ventajosa para la institución.

La resolución de adjudicación será notificada al adjudicatario para que en el plazo máximo de 3 días naturales la acepte. Para la ejecución de la presente contratación no será necesaria la presentación de garantías.

#### **8.- CUMPLIMIENTO Y RESOLUCIÓN**

La Cámara de Comercio abonará el importe del contrato contra presentación de las correspondientes facturas por parte del adjudicatario. Las facturas se presentarán a la finalización del objeto, y deberá acompañarse de los documentos e informes objeto de este pliego, para la justificación en el marco del programa de apoyo a la digitalización y el conocimiento del sector comercial minorista en la isla de Lanzarote y La Graciosa, promovido por la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias.

Al adjudicatario deberá cumplir con el objeto del contrato con la diligencia debida. Además, será responsable de dar las instrucciones al personal a su cargo, no asumiendo esta Cámara ninguna responsabilidad sobre el personal que el adjudicatario decida contratar para la ejecución de la totalidad o parte de los servicios objeto de este pliego. El incumplimiento de algún aspecto del contrato por parte del adjudicatario dará lugar a la indemnización de los daños y perjuicios causados, además de la posibilidad de resolución del contrato.

En caso de que por causas de interés general se considere conveniente la no continuidad en la ejecución del contrato, se comunicará inmediatamente al adjudicatario, y se le indemnizará por los servicios y gastos efectivamente realizados hasta la fecha.

En Arrecife, a 25 de febrero de 2024.

**Fdo: Secretario General**  
**Cámara de Comercio de Lanzarote**

