

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN NECESARIA DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO **PARA LA MATERIALIZACIÓN DE ESTUDIOS DE MERCADOS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y TURISMO GASTRONÓMICO ASÍ COMO INFORMES DE FUENTES DE FINANCIACIÓN**, EN EL MARCO DEL **PROGRAMA INTERREG V-A ESPAÑA -PORTUGAL (POCTEP) 0672_INTERPYME_5_E.** COFINANCIADO EN UN 75% POR FONDOS FEDER Y 25% POR EL INSTITUTO DE EMPLEO Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y TECNOLÓGICO (IEDT) DE LA EXCMA. DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CÁDIZ. EXPTE.INTERPYME-CEC.3

ÍNDICE

1. OBJETO.
2. PRECIO DEL CONTRATO.
3. PLAZO DE REALIZACIÓN Y DURACIÓN DEL CONTRATO.
4. EJECUCIÓN DEL SERVICIO.
5. PAGO DEL SERVICIO.
6. PLAZO DE GARANTÍA.
7. RESPONSABILIDAD Y OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA.

1. OBJETO

El presente Pliego de Prescripciones Técnicas tiene por objeto definir los requerimientos técnicos de mínimos en cuanto a la prestación del servicio a realizar y demás circunstancias de carácter técnico que afecten al contrato.

Antecedentes:

La presentación del presente procedimiento se enmarca en la ejecución del proyecto **INTERPYME: Plataforma para la internacionalización de las pequeña y medianas empresas del Algarve y de las provincias de Huelva y Cádiz**, aprobado en el marco del **PROGRAMA INTERREG V-A ESPAÑA – PORTUGAL (POCTEP) 0672_INTERPYME_5_E. COFINANCIADO EN UN 75% POR FONDOS FEDER Y 25% POR EL INSTITUTO DE EMPLEO Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y TECNOLÓGICO (IEDT) DE LA EXCMA. DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CÁDIZ**. El Objetivo del proyecto es implementar procesos y dinámicas de colaboración Universidad-Empresa-Administración para viabilizar iniciativas investigadoras y modelos de negocio que puedan ser realidad, generando valor añadido al territorio. Mejorar la competitividad de las PYME del ámbito de actuación a través de la elaboración de planes de internacionalización y financiación, que les permitan afrontar con garantías, un proceso de globalización.

Los Objetivos específicos del proyecto INTERPYME son:

- ✓ Incrementar el volumen de negocio de las PYME al menos un 15%.
- ✓ Construir una plataforma WEB con al menos 100 empresas.
- ✓ Ayudas a las PYMEs de la euroregión en su proceso de internacionalización, mediante acciones formativas, elaboración de planes de internacionalización y vendiendo sus empresas a potenciales inversores mediante la exposición de los teaser de inversión.

Para ello se prevén las siguientes actuaciones:

- PLATAFORMA WEB para la comercialización e internacionalización de productos y servicios conjunta. Identificación e integración de operadores logísticos.
- MESAS SECTORIALES de cooperación empresarial para la detección de oportunidades de cooperación.
- FERIAS anuales de productos y servicios de la Eurorregión.
- INCUBADORA DE PROYECTOS DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL para la detección de oportunidades de cooperación.
- INFORMACIÓN GENERAL-COOPERA2020.
- MISIONES COMERCIALES directas e inversas entre PYMEs de Cádiz, Huelva y el Algarve.
- SOFT LANDING EMPRESARIAL.
- Elaboración de METODOLOGÍAS DE NEGOCIOS acordes a la internacionalización de las PYMEs.
- Sensibilización, FORMACIÓN y capacitación de las PYMEs sobre oportunidades de internacionalización.
- Elaboración de los PLANES DE INTERNACIONALIZACIÓN-FINANCIACIÓN de las PYMEs involucradas en el proyecto.
- TEASER DE INVERSIÓN. Encuentros virtuales y presenciales con potenciales inversores.

El plazo de ejecución del proyecto abarca hasta el 31 de diciembre de 2021 con independencia de posibles prórrogas que se puedan conceder por parte del Secretariado Conjunto del POCTEP.

Uno de los principales desafíos a los que se enfrentan las instituciones de apoyo al comercio es cómo asesorar a las empresas exportadoras sobre las condiciones de los mercados y cómo establecer prioridades a la hora de destinar sus escasos recursos a la promoción de los sectores y mercados con el mayor potencial nacional para la exportación.

Por ello, el partenariado del proyecto INTERPYME debe informar a las pymes sobre las condiciones competitivas que existen en los actuales mercados, rastrear en busca de oportunidades en mercados nuevos o emergentes e identificar las

oportunidades de las empresas para diversificar o añadir valor a su actual gama de productos.

Se pretende desarrollar y aplicar herramientas de análisis de mercados, fáciles de usar y que permitan a las empresas y a las instituciones de apoyo al comercio estar siempre al tanto de las tendencias comerciales internacionales, hacer un seguimiento de los resultados, mejorar su selección de mercados de exportación y de suplidores, investigar y analizar en profundidad los mercados y prosperar en sus actividades económicas.

Tareas: desarrollo de herramientas adaptadas a la idiosincrasia de las pymes del ámbito de actuación.

La internacionalización es uno de los mayores desafíos que puede enfrentar las empresas, por lo que resulta fundamental encontrar una exitosa estrategia con la que abordar su salida o consolidación en el exterior.

En el entorno internacional las incertidumbres se multiplican para empresas que inician su andadura internacional o también para aquellas que se encuentran en proceso de consolidación. Por mucha experiencia que se tenga o claro que nos parezca algo desde el sentido común, el mundo global está lleno de retos y dificultades que hacen necesario elaborar la estrategia adecuada para implementarla después de la mejor manera posible.

La prestación de los servicios objeto del contrato es la siguiente:

LOTE 1. Servicios para la materialización de Estudios de Mercado Sectoriales de los mercados prioritarios derivados de las conclusiones de los talleres o mesas de cooperación y del análisis de los cuestionarios de motivación cumplimentados por empresas de los sectores agroalimentario y del turismo gastronómico, así como propuestas y demandas de las asociaciones sectoriales más representativas (Actividad 4 del proyecto INTERPYME).

Concretamente, la materialización de cinco (5) Estudios de Mercado Sectoriales, para productos y/o servicios que tienen su origen en la provincia de Cádiz, y que a continuación se indican:

1. Estudio de mercado para determinadas frutas tropicales como son **“Aguacate y la Pitaya (fruta del dragón) en Alemania”**.
2. Estudio de mercado para **“Quesos de pasta prensada de cabra en Austria”**.
3. Estudio de mercado para **“Productos acuícolas frescos (lenguado, lubina y dorada) en Suecia”**.
4. Estudio de mercado para **“Productos cárnicos y derivados en China”**.
5. Estudio de mercado para **“El Turismo Gastronómico de los Países Nórdicos en la provincia de Cádiz”**.

La finalidad que se persigue es conseguir información relevante y fiable de diversos mercados para facilitar la internacionalización de los productos y/o servicios procedentes de los sectores prioritarios definidos.

Se requiere información **actualizada y fiable**, que sea realmente útil para avanzar con paso firme en el proceso de internacionalización.

Conforme al Plan de Trabajo que tiene que ejecutar la Confederación de Empresarios de la Provincia de Cádiz (CEC) como socio del proyecto INTERPYME, esta prestación se enmarca:

En la **Actividad 4.- Innovación, crecimiento, internacionalización y desarrollo empresarial, específicamente en el apartado 4.2.-Selección de mercados prioritarios.**

LOTE 2. Servicios para la materialización de informes de fuentes de financiación de los mercados prioritarios derivados de las conclusiones de los talleres o mesas de cooperación y del análisis de los cuestionarios de motivación cumplimentados por empresas del sector agroalimentario, así como propuestas y demandas de las asociaciones sectoriales más representativas (Actividad 4 del proyecto INTERPYME).

La internacionalización de las empresas ha pasado de ser una opción a una necesidad. Cada vez son más pymes las que exportan sus productos y servicios al exterior. Buscar oportunidades en otros mercados es una estrategia para

desarrollarse y crecer. Y para ello es necesario contar con liquidez. Esta acción ayudará a identificar la financiación idónea.

Concretamente, la materialización de nueve (9) Informes de Fuentes de Financiación Sectoriales para coadyuvar al proceso de internacionalización, para productos agroalimentarios que tienen su origen en la provincia de Cádiz, y que a continuación se indican:

1. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **Vinos y Brandies del Marco de Jerez** para contribuir a su internacionalización al mercado ruso así como otros potenciales mercados.
2. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **Aguacate y la Pitaya (fruta del dragón)** para contribuir a su internacionalización al mercado alemán así como otros potenciales mercados.
3. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **Quesos de pasta prensada de cabra** para contribuir a su internacionalización al mercado austriaco así como otros potenciales mercados.
4. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **Productos acuícolas frescos (lenguado, lubina y dorada)** para contribuir a su internacionalización al mercado sueco así como otros potenciales mercados.
5. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a fabricantes de **Productos cárnicos y derivados** para contribuir a su internacionalización al mercado chino así como otros potenciales mercados.
6. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **galletas, productos de panadería y pastelería de larga duración y confitería** para contribuir a su internacionalización al mercado británico así como otros potenciales mercados.

7. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **conservas de pescado y vegetales** para contribuir a su internacionalización al mercado chino así como otros potenciales mercados.
8. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **aceite de oliva** para contribuir a su internacionalización al mercado australiano así como otros potenciales mercados.
9. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a fabricantes de **productos ecológicos** para contribuir a su internacionalización al mercado suizo así como otros potenciales mercados.

Conforme al Plan de Trabajo que tiene que ejecutar la Confederación de Empresarios de la Provincia de Cádiz (CEC) como socio del proyecto INTERPYME, esta prestación se enmarca:

En la **Actividad 4.- Innovación, crecimiento, internacionalización y desarrollo empresarial**, específicamente en el apartado **4.3.- Identificación de financiación ad hoc para coadyuvar al proceso de internacionalización**.

2. PRECIO DEL CONTRATO

Se fija como presupuesto máximo estimado de licitación, la cantidad global de **34.050 €**, (TREINTA Y CUATRO MIL CINCUENTA EUROS), conforme al siguiente desglose:

- **Lote 1:**
 - Importe base: 20.702,48 €
 - Importe IVA: 4.347,52 €
 - Importe Total: **25.050 €**
- **Lote 2:**
 - Importe base: 7.438,02 €
 - Importe IVA: 1.561,98 €
 - Importe Total: **9.000 €**

- **Presupuesto Total:**

- Importe base: 28.140,5 €
- Importe IVA: 5.909,5 €
- Importe Total: 34.050 €

Dicho importe total incluye el IVA, y demás tributos que sean de aplicación y cualquier otro gasto necesario para la ejecución del contrato.

El precio del contrato será el que resulte de la adjudicación del mismo, e incluirá como partida independiente, el IVA y no será objeto de revisión.

El **precio** del contrato para cada **LOTE** será el que resulte de la adjudicación del mismo e incluye, todos los gastos que, según los documentos contractuales y la legislación vigente, son de cuenta del adjudicatario, así como los tributos de cualquier índole, incluidos el IVA, que figura como partida independiente.

Para la ejecución de este contrato existe crédito suficiente y adecuado, siendo COFINANCIADO con fondos procedentes (75%) del FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER), en el marco del Programa de Cooperación INTERREG V-A ESPAÑA –PORTUGAL (POCTEP) 2014-2020 y fondos procedentes (25%) del INSTITUTO DE EMPLEO Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y TECNOLÓGICO (IEDT) DE LA EXCMA. DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CÁDIZ.

3. PLAZO DE REALIZACIÓN Y DURACIÓN DEL CONTRATO

El plazo de ejecución de los servicios a prestar, objeto del contrato, así como facilitar los entregables que se generen de éste, comprenderá desde la firma del contrato hasta **20 de septiembre de 2021**.

4. PRESCRIPCIONES TÉCNICAS GENERALES. DE MINIMOS.

LOTE 1. Servicios para la materialización de Estudios de Mercado Sectoriales de los mercados prioritarios derivados de las conclusiones de los talleres o mesas de

cooperación y del análisis de los cuestionarios de motivación cumplimentados por empresas de los sectores agroalimentario y del turismo gastronómico, así como propuestas y demandas de las asociaciones sectoriales más representativas (Actividad 4 del proyecto INTERPYME).

Concretamente la materialización de cinco (5) Estudios de Mercado Sectoriales, para productos y/o servicios que tienen su origen en la provincia de Cádiz, y que a continuación se indican:

1. Estudio de mercado para determinadas frutas tropicales como son **“Aguacate y la Pitaya (fruta del dragón) en Alemania”**.
2. Estudio de mercado para **“Quesos de pasta prensada de cabra en Austria”**.
3. Estudio de mercado para **“Productos acuícolas frescos (lenguado, lubina y dorada) en Suecia”**.
4. Estudio de mercado para **“Productos cárnicos y derivados en China”**.
5. Estudio de mercado para **“El Turismo Gastronómico de los Países Nórdicos en la provincia de Cádiz”**.

ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINADAS FRUTAS TROPICALES COMO SON **“AGUACATE Y LA PITAYA (FRUTA DEL DRAGÓN) EN ALEMANIA”**.

OBJETIVO

Conseguir información relevante y fiable del **mercado alemán** para facilitar la internacionalización del “Aguacate y la Pitaya (Fruta del Dragón) cuya procedencia es la provincia de Cádiz”

Se requiere información **actualizada y fiable**, que sea realmente útil para avanzar con paso firme en el proceso de internacionalización.

El estudio de mercado internacional ha de incluir, cómo información mínima, la que a continuación se indica:

1.- Información del mercado: guía básica para exportar.

- Datos de comercio exterior,
- Acceso al mercado – Barreras a la exportación,
- Medios de pago,
- Impuestos,
- Normativa vigente e Implicaciones para el sector.
- Aspectos legales y jurídicos que faciliten el conocimiento del mercado alemán,
- Y cualquier información relevante para el conocimiento del mercado objetivo.

2.- Información del sector: análisis de la situación y de la competencia.

- Análisis de la situación por Covid,
- Análisis de competidores – Oferta: firmas líderes, puntos fuertes y débiles,
- Target objetivo: perfil del consumidor de frutas tropicales en el mercado alemán,
- Nuevos hábitos de consumo, hábitos de compra, preferencias tras Covid – Demanda,
- Precios medios – gasto promedio tras Covid,
- Canales de distribución: canal on-trade, canal off-trade, canal on-line (e-commerce),
- Perspectivas de futuro.

El documento de estrategia que se desarrolle deberá estar basado en un análisis profuso y detallado de la oferta y demanda de Aguacate y la Pitaya (Fruta del Dragón) de procedencia la provincia de Cádiz en el mercado alemán, con perspectivas de evolución futura.

ESTUDIO DE MERCADO PARA “**QUESOS DE PASTA PRENSADA DE CABRA EN AUSTRIA**”

OBJETIVO

Conseguir información relevante y fiable del **mercado austriaco** para facilitar la internacionalización de “Quesos de pasta prensada de cabra en Austria” cuya procedencia es la provincia de Cádiz”

Se requiere información **actualizada y fiable**, que sea realmente útil para avanzar con paso firme en el proceso de internacionalización.

El estudio de mercado internacional ha de incluir, cómo información mínima, la que a continuación se indica:

1.- Información del mercado: guía básica para exportar.

- Datos de comercio exterior,
- Acceso al mercado – Barreras a la exportación,
- Medios de pago,
- Impuestos,
- Normativa vigente e Implicaciones para el sector.
- Aspectos legales y jurídicos que faciliten el conocimiento del mercado austriaco,
- Y cualquier información relevante para el conocimiento del mercado objetivo.

2.- Información del sector: análisis de la situación y de la competencia.

- Análisis de la situación por Covid,
- Análisis de competidores – Oferta: firmas líderes, puntos fuertes y débiles,

- Target objetivo: perfil del consumidor de quesos de pasta prensada de cabra en el mercado austriaco,
- Nuevos hábitos de consumo, hábitos de compra, preferencias tras Covid – Demanda,
- Precios medios – gasto promedio tras Covid (valoración o percepción en el mercado destino de las razas de cabra autóctonas, como es la cabra payoya, así como modelos de producción (artesanal, ecológico, etc.)).
- Canales de distribución: canal on-trade, canal off-trade, canal on-line (e-commerce),
- Perspectivas de futuro.

El documento de estrategia que se desarrolle deberá estar basado en un análisis profuso y detallado de la oferta y demanda de quesos de pasta prensada de cabra de procedencia la provincia de Cádiz en el mercado austriaco, con perspectivas de evolución futura.

ESTUDIO DE MERCADO PARA “**PRODUCTOS ACUÍCOLAS FRESCOS (LENGUADO, LUBINA Y DORADA) EN SUECIA**”

OBJETIVO

Conseguir información relevante y fiable del **mercado sueco** para facilitar la internacionalización de “Productos acuícolas frescos (lenguado, lubina y dorada)” cuya procedencia es la provincia de Cádiz”

Se requiere información **actualizada y fiable**, que sea realmente útil para avanzar con paso firme en el proceso de internacionalización.

El estudio de mercado internacional ha de incluir, cómo información mínima, la que a continuación se indica:

1.- Información del mercado: guía básica para exportar.

- Datos de comercio exterior,
- Acceso al mercado – Barreras a la exportación,
- Medios de pago,
- Impuestos,
- Normativa vigente e Implicaciones para el sector.
- Aspectos legales y jurídicos que faciliten el conocimiento del mercado sueco (requisitos administrativos y/o legales, sanitarios, de calidad, etc. que puedan ser exigibles y aquellos que puedan ser recomendables),
- Y cualquier información relevante para el conocimiento del mercado objetivo.

2.- Información del sector: análisis de la situación y de la competencia.

- Análisis de la situación por Covid,
- Análisis de competidores – Oferta: firmas líderes, puntos fuertes y débiles,
- Target objetivo: perfil del consumidor de productos acuáticas frescas (lenguado, lubina y dorada) en el mercado sueco,
- Nuevos hábitos de consumo, hábitos de compra, preferencias tras Covid – Demanda,
- Precios medios de estos productos – gasto promedio tras Covid,
- Tallas de consumo,
- Canales de distribución: canal on-trade, canal off-trade, canal on-line (e-commerce),
- Logística de la operación (empresas de transporte que lleguen allí, medios, etc.) y coste asociado,
- Principales importadores existentes en el país para esta tipología de productos.

- Principales grandes superficies en el país y si estos productos también se distribuyen a través de ellas,
- Perspectivas de futuro.

El documento de estrategia que se desarrolle deberá estar basado en un análisis profuso y detallado de la oferta y demanda de los productos acuícolas frescos (lenguado, lubina y dorada) de procedencia la provincia de Cádiz en el mercado sueco, con perspectivas de evolución futura.

ESTUDIO DE MERCADO PARA “**PRODUCTOS CÁRNICOS Y DERIVADOS EN CHINA**”

OBJETIVO

Conseguir información relevante y fiable del **mercado chino** para facilitar la internacionalización de “Productos cárnicos y derivados cuya procedencia es la provincia de Cádiz”.

Se requiere información **actualizada y fiable**, que sea realmente útil para avanzar con paso firme en el proceso de internacionalización.

El estudio de mercado internacional ha de incluir, cómo información mínima, la que a continuación se indica:

1.- Información del mercado: guía básica para exportar.

- Datos de comercio exterior,
- Acceso al mercado – Barreras a la exportación,
- Segmentación por tipología del ganado (bovino, porcino, caprino y ovino)
- Medios de pago,
- Aranceles e impuestos aplicables; Precios Mayoristas; Precios medios de Importación; Moneda de referencia. Precepción de la Carne Española (valoración de los productos ibéricos).
- Normativa vigente e Implicaciones para el sector.

- Aspectos legales y jurídicos que faciliten el conocimiento del mercado chino (requisitos administrativos y/o legales, sanitarios, de calidad, homologaciones, certificados, etc. que puedan ser exigibles y aquellos que puedan ser recomendables),
- Y cualquier información relevante para el conocimiento del mercado objetivo.

2.- Información del sector: análisis de la situación y de la competencia.

- Análisis de la situación por Covid,
- Análisis de competidores – Oferta: firmas líderes, puntos fuertes y débiles,
- Target objetivo: perfil del consumidor de productos cárnicos en el mercado chino,
- Nuevos hábitos de consumo, hábitos de compra, preferencias tras Covid – Demanda,
- Precios medios de estos productos – gasto promedio tras Covid,
- Tallas de consumo y formato, envase, etc.
- Canales de distribución: canal on-trade, canal off-trade, canal on-line (e-commerce), así como tendencias futuras,
- Logística de la operación (empresas de transporte que lleguen allí, medios, etc.) y coste asociado,
- Principales importadores existentes en el país para esta tipología de productos.
- Principales grandes superficies en el país y si estos productos también se distribuyen a través de ellas,
- Perspectivas de futuro.

El documento de estrategia que se desarrolle deberá estar basado en un análisis profuso y detallado de la oferta y demanda de los productos cárnicos y derivados de procedencia la provincia de Cádiz en el mercado chino, con perspectivas de evolución futura.

ESTUDIO DE MERCADO PARA “EL TURISMO GASTRONÓMICO DE LOS PAÍSES NÓRDICOS EN LA PROVINCIA DE CÁDIZ”

OBJETIVO

Conseguir información relevante y fiable del **mercado nórdico** para facilitar la llegada de Turistas Gastronómicos a la provincia de Cádiz procedentes de países nórdicos.

Desde el punto de vista interno:

- ✓ Contexto territorial y turístico del producto turístico gastronómico,
- ✓ Inventario y evaluación de todos los recursos gastronómicos,
- ✓ Análisis de la oferta turística y su componente gastronómico,
- ✓ Análisis de la promoción y el marketing del turismo gastronómico,
- ✓ Identificación de agentes que forman parte del modelo turístico gastronómico, e
- ✓ Identificación de los productos, enclaves y espacios de turismo gastronómico de especial valor o valor diferencial.

Desde el punto de vista externo:

- ✓ Análisis de las tendencias (turismo, alimentación, gestión de la restauración, turismo gastronómico),
- ✓ Análisis de la demanda real y potencial de turismo gastronómico,
- ✓ Análisis del posicionamiento gastronómico del destino, y

- ✓ Análisis de los competidores.

Se requiere información **actualizada y fiable**, que sea realmente útil para posicionar a la provincia de Cádiz como localización geográfica o destino de interés para el turista nórdico con preferencia sobre actividades gastronómicas.

El estudio de mercado internacional ha de incluir, cómo información mínima, la que a continuación se indica:

- Perfil socio demográfico/perfil del viajero (Sibarita; Gourmand; Responsable; Cocinilla; Cosmopolita; Gourmet; Foodie; Wine lover); Nivel de Estudios; Profesión; etc.),
- Composición del grupo de viaje – grupos organizados (Viaja en pareja; Viaja en familia; Viaja con amigos),
- Medio/s de Transporte empleado/s en el destino,
- Tipología de Alojamientos donde se ubican (Establecimientos Hoteleros (categoría de los hoteles); Apartamentos turísticos; Alojamientos Rurales; Campings; etc.),
- Duración Media de los viajes,
- Fuentes de información (Qué medios emplean para obtener información de la oferta gastronómica del destino – recomendaciones; web especializadas; web de opinión; web oficiales, etc.),
- Que medios de comunicación emplean para informarse de la oferta gastronómica (Programas de TV; Redes sociales; Blogs; Programas de Radio; Guías; etc.);
- Si suelen recomendar la experiencia vivida en el destino;
- Motivación para la realización de los viajes gastronómicos,
- Aspectos Influyentes en la Elección del Destino (Gastronomía con identidad propia; Buena relación calidad/precio; Ambiente y el entorno gastronómico; El Prestigio de algunos productos; etc.),

- Actividades complementarias (Comprar productos locales; Visita a mercados gastronómicos; Fábricas artesanales; Realizar actividades enoturísticas; Aprender el idioma local; Asistir a catas; Asistir a eventos gastronómicos; Talleres de cocina; etc.);
- Tipos de Restaurantes en función de la preferencia del turista (Restaurantes tradicionales; Gastrobares; Restaurantes económicos; Vanguardistas; Comida rápida, etc.);
- Actividades Complementarias (Visita a ciudades basadas en la componente cultural e histórica; Museos; Naturaleza; Compras; Salud y Bienestar; etc.),
- Barreras o impedimentos,
- Gasto medio por viajero/día,
- Gastos en otras actividades,
- Normativa vigente, aspectos legales y jurídicos que faciliten el conocimiento del mercado,
- Análisis de competidores – Oferta: firmas líderes; Puntos fuertes y débiles,
- Perfil del consumidor; Nuevos hábitos de consumo, hábitos de compra,
- Preferencias tras Covid – Demanda, Gasto promedio tras Covid,
- Canales de contratación del paquete turístico, etc.

El documento de estrategia que se desarrolle deberá estar basado en un análisis profuso y detallado de la oferta y demanda de servicios gastronómicos de procedencia la provincia de Cádiz orientados a los países nórdicos, con perspectivas de evolución futura.

LOTE 2. Servicios para la materialización de informes de fuentes de financiación de los mercados prioritarios derivados de las conclusiones de los talleres o mesas de cooperación y del análisis de los cuestionarios de motivación cumplimentados

por empresas del sector agroalimentario, así como propuestas y demandas de las asociaciones sectoriales más representativas (Actividad 4 del proyecto INTERPYME).

Concretamente, la materialización de nueve (9) Informes de Fuentes de Financiación Sectoriales para coadyuvar al proceso de internacionalización, para productos agroalimentarios que tienen su origen en la provincia de Cádiz, y que a continuación se indican:

1. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **Vinos y Brandies del Marco de Jerez** para contribuir a su internacionalización al mercado ruso así como otros potenciales mercados.
2. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **Aguacate y la Pitaya (fruta del dragón)** para contribuir a su internacionalización al mercado alemán así como otros potenciales mercados.
3. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **Quesos de pasta prensada de cabra** para contribuir a su internacionalización al mercado austriaco así como otros potenciales mercados.
4. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **Productos acuícolas frescos (lenguado, lubina y dorada)** para contribuir a su internacionalización al mercado sueco así como otros potenciales mercados.
5. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a fabricantes de **Productos cárnicos y derivados** para contribuir a su internacionalización al mercado chino así como otros potenciales mercados.
6. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **galletas, productos de panadería y pastelería de larga duración y confitería** para contribuir a su internacionalización al mercado británico así como otros potenciales mercados.

7. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **conservas de pescado y vegetales** para contribuir a su internacionalización al mercado chino así como otros potenciales mercados.
8. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a productores de **aceite de oliva** para contribuir a su internacionalización al mercado australiano así como otros potenciales mercados.
9. Informe de Fuentes de Financiación dirigido a fabricantes de **productos ecológicos** para contribuir a su internacionalización al mercado suizo así como otros potenciales mercados.

La internacionalización de las empresas ha pasado de ser una opción a una necesidad. Cada vez son más pymes las que exportan sus productos y servicios al exterior. Buscar oportunidades en otros mercados es una estrategia para desarrollarse y crecer. Y para ello es necesario contar con liquidez. Esta acción ayudará a identificar la financiación idónea.

Las empresas disponen de varias posibilidades de financiación a la hora de plantear sus estrategias de internacionalización. En consideración a la apertura al exterior experimentada por las empresas españolas en los últimos años, es remarcable el hecho de que siguen siendo los bancos los principales finanziadores de las empresas y que la financiación es mayoritariamente a corto plazo. Pero hoy en día existen otras formas de obtener fondos para desarrollar la actividad de los negocios, como son los mercados de capitales (bonos, acciones, etc.), direct lending, venture capital, plataformas de crowdlending, capital riesgo, etc.

OBJETO

El documento debe describir las posibilidades de financiación disponibles para las empresas gaditanas en sus procesos de internacionalización. Se considerará la financiación para exportaciones: Para anticipar el importe de las facturas de las operaciones de exportación; Para obtener financiación a medio y largo plazo; Para

asegurar los riesgos comerciales; Para acceder a financiación a través de un canal no bancario; etc.

El documento contemplará:

- Instituciones financieras en el País de destino o mercado potencial (Identificarlas, breve descripción y datos de contacto, productos financieros que ofrecen y servicios a las empresas),
- Instituciones financieras Internacionales presentes en el mercado de destino (Identificarlas, breve descripción y datos de contacto, productos financieros que ofrecen y servicios a las empresas),
- Financiación Española/Andaluza (Identificarlas, breve descripción y datos de contacto, productos financieros que ofrecen y servicios a las empresas).
- Líneas de ayudas/subvenciones públicas de la UE, Estatales, Regionales y Provinciales (ICEX, EXTENDA, Cámaras de Comercio, CDTI, etc.). Breve descripción, requisitos, condiciones, ferias o misiones comerciales que se contemplan, cómo solicitarlas; datos de contacto del organismo convocante, etc.

Se diferenciarán las fuentes de financiación aplicables, en base a la situación de las empresas: Iniciación a la exportación; Empresas fuertemente internacionalizadas; Proyectos piloto en el exterior; Consorcios de exportación; Implantaciones exteriores.

5. PAGO DEL SERVICIO

El Pago se efectuará al presentar las facturas correspondientes, y previa aprobación por la Confederación de Empresarios de la provincia de Cádiz.

Las facturas estarán encabezadas por la siguiente leyenda: "**PROYECTO 0672_INTERPYME_5_E.PROGRAMA INTERREG V-A ESPAÑA-PORTUGAL (POCTEP)". EXPTE.INTERPYME-CEC.3**

6. PLAZO DE GARANTÍA

El plazo de garantía será de un año desde la finalización en la ejecución de los servicios objeto de la contratación. El adjudicatario durante este período de garantía estará obligado a la reparación de las posibles incidencias, daños o defectos causados en los mismos imputables a la adjudicataria.

Si durante el plazo de garantía se acredite la existencia de vicios o defectos en los trabajos y servicios efectuados, el órgano de contratación tendrá derecho a reclamar al contratista la subsanación de los mismos.

Terminado el plazo de garantía sin que la CEC haya formalizado alguno de los reparos o la denuncia a que se refieren los apartados anteriores, el contratista quedará exento de responsabilidad por razón de la presentación efectuada.

7. RESPONSABILIDAD Y OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA.

Confidencialidad y datos de carácter personal. El adjudicatario está obligado a mantener la más absoluta confidencialidad sobre todos aquellos datos y documentos a que tenga acceso con motivo de la adjudicación. A los mismos accederán exclusivamente las personas estrictamente imprescindibles para el desarrollo de las tareas inherentes al proceso. Todas ellas serán advertidas del carácter confidencial y reservado de la información a la que tendrán acceso.

La empresa adjudicataria quedará obligada al cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de datos y a la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de datos personales y garantía de los derechos digitales (LOPD-GDD), así como el Reglamento Europeo de Protección de Datos (RGPD) 2016/679, de 27 de abril de 2016, comprometiéndose explícitamente a formar e informar a su personal en las obligaciones que de tales normas dimanan, para lo que programará las acciones necesarias y proporcionará los medios precisos para su cumplimiento.

La empresa adjudicataria y el personal encargado de la realización de las tareas guardarán secreto profesional sobre todas las informaciones, documentos y asuntos a los que tengan acceso o conocimiento durante la vigencia del contrato, estando obligados a no hacerlos públicos o enajenar cuantos datos conozcan

como consecuencia, o con ocasión de su ejecución, aun cuando el contrato haya llegado a su término o haya sido cancelado.

En este sentido, el adjudicatario quedará expresamente obligado a no revelar o ceder datos o documentos proporcionados por la Confederación de Empresarios de la provincia de Cádiz (CEC), o copia de los mismos, y a mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre cualquier dato que pudiera conocer, con ocasión del cumplimiento del contrato, especialmente los de carácter personal, que no podrá copiar o utilizar con fin distinto al que figura en este pliego, como necesario para el desempeño del proyecto, ni tampoco ceder a otros ni siquiera a efectos de su conservación.

De igual modo, la entidad adjudicataria se compromete a:

1. Responderá siempre de la adecuación y capacitación del personal encargado de la realización de los servicios objeto del contrato. Deberá de garantizar la realización total y satisfactoria de todos los servicios necesarios para la completa ejecución de la actividad objeto del contrato, con independencia de los medios materiales y personales que esté obligada a utilizar para su consecución.
2. Deberá contar con medios propios de toda índole necesarios para realizar con éxito el servicio objeto del contrato. Todos los gastos en los que deba incurrir la adjudicataria para la prestación del servicio, así como los relativos a desplazamientos y dietas del personal que ejecute el mismo, serán por cuenta del adjudicatario.
3. Obligaciones laborales y de seguridad social. El personal adscrito a la ejecución de la prestación dependerá exclusivamente del contratista, el cual tendrá todos los derechos y deberes inherentes a su calidad de empresa adjudicataria del servicio, sin que pueda repercutir contra la CEC ninguna multa, sanción o cualquier tipo de responsabilidad que por incumplimiento por parte de la adjudicataria de la normativa vigente pudieran imponerle los Organismos competentes.

La empresa adjudicataria tendrá la obligación de acreditar y justificar, siempre que sea requerido por la CEC, el cumplimiento de las obligaciones mencionadas en la presente cláusula mediante la exhibición de la documentación y los comprobantes que le sean exigidos.

El incumplimiento de cualquiera de estas obligaciones facultará a la CEC para la resolución del contrato.

La CEC se declara totalmente ajena a la relación laboral existente entre la empresa contratista y los/as trabajadores/as afectados/as al servicio. A la finalización del presente contrato de servicios, no se producirá en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal de la CEC.

4. Durante la prestación y ejecución del contrato, y de los trabajos y actividades necesarios para la ejecución del mismo, la adjudicataria será responsable de todos los daños y perjuicios, directos o indirectos, que puedan ocasionar a cualquier persona, propiedad o servicio público y/o privado, como consecuencia de actos, omisiones o negligencia del personal a su cargo, o de una deficiente organización del trabajo.
5. El personal designado por la adjudicataria para realizar la prestación de servicios que se contrata, deberá de coordinarse con el equipo técnico de la CEC que viene gestionando el proyecto en el que se enmarca el objeto del contrato.
6. La adjudicataria designará a una persona como responsable de ejecución del contrato ante la Confederación de Empresarios de la provincia de Cádiz (CEC). Este responsable será la interlocución única y se encontrará en permanente contacto con la CEC, e informará sobre la planificación de trabajos, el estado de ejecución del contrato y, en su caso, sobre las incidencias producidas, e igualmente reportará con la mayor brevedad posible toda la información que le sea requerida por la CEC.

7. El Contratista permitirá al órgano de contratación de la CEC, o cualquier persona o entidad autorizada por ésta, inspeccionar o auditar los registros, justificantes de las cuentas, documentos contables y cualquier otro documento relacionado con la prestación del servicio que se enmarca en el presente contrato y hacer copias de ellos, tanto durante como después de la prestación de los servicios. Los registros deberán de conservarse durante un período de cinco años tras el pago final efectuado en el marco del contrato.
8. Estabilidad y calidad del empleo. Se compromete a promover la estabilidad en el empleo, la seguridad y la prevención de los riesgos laborales y la formación continua entre los trabajadores que tuviera en el momento de la adjudicación del presente contrato.
9. Respeto del principio de igualdad de oportunidad. Se compromete a velar por la promoción de la igualdad de oportunidades entre el personal destinado a la ejecución del presente contrato a través del establecimiento y aplicación de una escala salarial y mecanismo de promoción neutros respecto al género, y a través de la promoción de medidas de la conciliación de la vida familiar y laboral.
10. Integración de discapacitados. Se compromete a mantener hasta el final del contrato el porcentaje de trabajadores discapacitados que tuviera en el momento de la adjudicación del presente contrato.
11. Respecto al medio ambiente. Se compromete a cumplir con la legislación autonómica, nacional y comunitaria en materia medioambiental. El incumplimiento de este compromiso, y en particular, la imposición de sanciones por infracción grave en materia de protección medioambiental, será motivo de resolución del contrato.

Igualmente, la empresa contratista se compromete a promover, en la ejecución del objeto del contrato, el ahorro energético y uso de energías

renovables y materiales de reciclaje que contribuyan al desarrollo sostenible.

En Cádiz, a 18 de marzo de 2021



Dª Carmen Romero Matute
Secretaria General de la CEC