

GUÍA DE EJEMPLOS DE EVIDENCIAS

MARKETPLACE

Ayudas concedidas al amparo de la Orden ETD/1498/2021, de 29 de diciembre, por la que se aprueban las bases reguladoras de la concesión de ayudas para la digitalización de pequeñas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo, en el marco de la Agenda España Digital 2025, el Plan de Digitalización PYMEs 2021-2025 y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España -Financiado por la Unión Europea- Next Generation EU (Programa Kit Digital) y modificaciones posteriores, así como las convocatorias derivadas de la misma.

AVISO: La presente guía tiene un carácter informativo y no legal. Cualquier duda relacionada con la misma será interpretada según lo dispuesto en la Orden ETD/1498/2021, de 29 de diciembre, por la que se aprueban las bases reguladoras de la concesión de ayudas para la digitalización de pequeñas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo, en el marco de la Agenda España Digital 2025, el Plan de Digitalización PYMEs 2021-2025 y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España -Financiado por la Unión Europea- *Next Generation EU* (Programa Kit Digital) y modificaciones posteriores; Resoluciones de la Entidad Pública Empresarial Red.es. por las que se publican las correspondientes convocatorias en el marco del Programa Kit Digital, así como la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, sus disposiciones de desarrollo; la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, así como la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y el Real Decreto 203/2021, de 30 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento de actuación y funcionamiento del sector público por medios electrónicos; la normativa del Mecanismo de Recuperación, Transformación y Resiliencia, en su defecto, por las restantes normas de Derecho Administrativo y, en último término, por las normas de Derecho Privado, conforme a lo dispuesto en el artículo 5.1 de la citada Ley 38/2003.

ÍNDICE

1.	ALTA EN LA PLATAFORMA.....	4
2.	CATÁLOGO DE REFERENCIAS.....	7
3.	CREACIÓN DEL CONTENIDO DEL LISTING	8
4.	ALTA DE REFERENCIAS	10
5.	INFORME DE ANÁLISIS DE COMPETENCIA	15
6.	DOCUMENTO DE ESTRATEGIA.....	20
7.	HARDWARE (No aplica a Convocatoria C005/22-SI).....	25

MARKETPLACE

El presente documento tiene por objeto recopilar una serie de ejemplos de evidencias que puedan servir de orientación y recomendación para justificar la implantación y el funcionamiento de la solución de digitalización. Su contenido es de **CARÁCTER INFORMATIVO y NO VINCULANTE**, ante cualquier duda la guía deberá ser interpretada a tenor de lo dispuesto en las Bases Reguladoras y la Convocatoria que resulte de aplicación.

En ningún caso la guía de ejemplos de evidencias sustituye ni amplía los requisitos exigidos en el Anexo IV de las Bases Reguladoras y la Convocatoria.

A continuación, se especifica el tipo de captura para cada apartado, que puede ser:

- **Personalizada:** en este tipo de captura se requiere que aparezca información identificativa del Beneficiario, por ejemplo, nombre de la empresa, CIF, emails cuyo dominio sea el dominio web del Beneficiario, etc.
- **Genérica:** no es necesario incluir información específica del Beneficiario, pero sí evidenciar que la captura o información de la hoja de producto aportadas, corresponden a la herramienta implantada en el Beneficiario, bien porque se visualiza el nombre de la herramienta y coincide con el indicado en la memoria técnica, o bien porque las capturas de pantalla tienen el mismo interfaz que las “personalizadas” aportadas en este mismo documento.

1. ALTA EN LA PLATAFORMA

Información que aportar	<i>Adjuntar, a continuación, las capturas de pantalla que evidencie la apertura de cuenta y alta del perfil del Beneficiario, por su cuenta, en la/s plataforma/s descritas en el formulario.</i>
Tipo de evidencia esperada	Personalizada
Observaciones	<i>El estudio previo de alternativas de plataformas deberá ser incluido en el <u>documento de definición y diseño de la estrategia</u>.</i>

CORRECTA

Ejemplo 1:

ESTUDIO PREVIO DE ALTERNATIVAS Y ALTA EN LA PLATAFORMA

He realizado un estudio previo de las alternativas y realizado el alta del perfil del Beneficiario en las siguientes plataformas y países (al menos uno).

PAÍS	PLATAFORMA	URL AL PERFIL
España	Plataforma	URL empresa beneficiaria

The screenshot shows a dashboard titled 'ESTADO DE LA TIENDA' (Store Status) for a user named 'Usuario empresa beneficiaria'. The dashboard includes a navigation menu with options like HOME, WEB, TIENDA, ASISTENCIA, and EMPRESA. The main content area displays several key performance indicators (KPIs) for the store:

- TIENDA:**
 - VENTAS DIARIAS: 0
 - INGRESOS DIARIOS: 0,00€
 - VENTAS MENSUALES: 0
 - INGRESOS MENSUALES: 0,00€
- VENTAS:**
 - No hay ventas en los últimos 30 días.
- Operational Metrics:**
 - PEDIDOS:** PEDIDOS PENDIENTES: 0 (button: VER PEDIDOS)
 - CLIENTES:** NÚMERO DE CLIENTES: 0 (button: VER CLIENTES)
 - PRODUCTOS:** PRODUCTOS ACTIVOS: 10 (button: CREAR PRODUCTO)
 - CATEGORÍAS:** CATEGORÍAS ACTIVAS: 0 (button: CREAR CATEGORÍA)
 - ATRIBUTOS:** ATRIBUTOS CREADOS: 0 (button: CREAR ATRIBUTO)
 - TRANSPORTISTAS:** TRANSPORTISTAS ACTIVOS: 2 (button: CREAR TRANSPORTISTA)
 - MARCAS/FABRICANTES:** MARCAS/FABRICANTES CREADOS: 0/0 (button: CREAR NUEVO)
 - OFERTAS:** OFERTAS ACTIVAS: 0 (button: CREAR OFERTA)
- ÚLTIMOS PEDIDOS:** (button: VER TODOS LOS PEDIDOS)

At the bottom of the dashboard, there is a red box labeled 'Plataforma'.

INCORRECTA

Ejemplo 1: No se evidencian todas las plataformas de Marketplace señaladas en la memoria técnica, faltaría las que corresponden con Facebook e Instagram.

ESTUDIO PREVIO DE ALTERNATIVAS Y ALTA EN LA PLATAFORMA

He realizado un estudio previo de las alternativas y realizado el alta del perfil del Beneficiario en las siguientes plataformas y países (al menos uno).

PAÍS	PLATAFORMA	URL AL PERFIL
ESPAÑA	GOOGLE SHOPPING	<input type="text" value="URL perfil de Beneficiario"/>
ESPAÑA	FACEBOOK MARKETPLACE	<input type="text" value="URL perfil de Beneficiario"/>
ESPAÑA	INSTAGRAM SHOPPING	<input type="text" value="URL perfil de Beneficiario"/>

Ejemplo 2: La evidencia no recoge ningún elemento que permita vincular la misma al Beneficiario, ya que es genérica.

The screenshot shows the eBay seller account interface. At the top, there is a navigation bar with the eBay logo and a search bar. Below this, a sidebar on the left contains various account management options such as 'Datos personales y privacidad', 'Información del pago', and 'Ventas'. The main content area is titled 'Cuenta de vendedor' and features a prominent message: 'Los detalles de tus tarifas y comisiones ya están en el Cuadro de mandos del vendedor. Puedes ver todos los tarifas y comisiones de tus transacciones en el Cuadro de mandos del vendedor. Esta página tiene información limitada sobre las tarifas y comisiones, y será eliminada.' Below this message, the current balance is displayed as '0,00 EUR' with the label 'Saldo actual'. Underneath, another '0,00 EUR' is shown with the label 'Importe embudo'. A table below lists 'Impuesto del 21% (extraído)' with a value of '0,00 EUR' and 'Adicional sobre impuesto de 21% (extraído automáticamente)' with a value of '0,00 EUR'. To the right, there is a 'Facturas' section with a message: 'No tienes ninguna factura en este momento. Tus preferencias no están configuradas para descargar las facturas periódicamente (formato CSV). [Cambiar](#). No hay opciones disponibles para descargar.' At the bottom, there is a 'Vínculos útiles' section.

2. CATÁLOGO DE REFERENCIAS

Información que aportar	<i>Adjuntar, a continuación, capturas de pantalla de los productos del Beneficiario <u>seleccionados</u> como referencia y especificados en el formulario, debiendo ser como mínimo diez (10), salvo indisponibilidad del Beneficiario.</i>
Tipo de evidencia esperada	Personalizada
Observaciones	<i>Este requisito deberá ser incluido en el <u>documento de definición y diseño de la estrategia.</u></i>

CORRECTA

PRODUCCIÓN DEL CATÁLOGO DE REFERENCIAS

He analizado y seleccionado el siguiente número de productos alineados con la estrategia de negocio:

Nº de productos del Beneficiario:

Nº de productos analizados/seleccionados:

Plataforma

Inicio | Gestión | Ayuda y Contacto

HOME WEB TIENDA ASISTENCIA EMPRESA

Usuario empresa beneficiaria

PRODUCTOS OFERTAS TRANSPORTES PERROS ESTADÍSTICAS

PRODUCTOS

Filtros

Nuevo elemento - Recalcular precios y tomar cache

ID	Imagen	Nombre	Referencia	Stock	Precio
72		Sudadera Most Beautiful Verde		1	44,76€
73		Bolanda de colores con fleco		1	29,95€
75		Conjunto jersey y falda de punto trenzado		1	37,99€
83		Sudadera larga blanca con capucha		1	79,99€
84		Cardigan de manga larga para mujer		1	79,99€
87		Abriego largo para mujer en peléster		1	89,99€
92		Jersey Oversize		1	49,99€
96		Conjunto de Misa y pantalón		1	63,98€
97		Bolanda naranja		1	12,00€
98		Chaqueta de peléster violeta		1	59,99€

Plataforma

3. CREACIÓN DEL CONTENIDO DEL LISTING

Información que aportar	<i>Adjuntar, a continuación, capturas de pantalla de las <u>definiciones</u> realizadas de aquellos productos seleccionados del catálogo de referencias, debiendo ser como mínimo diez (10), salvo indisponibilidad del Beneficiario.</i>
Tipo de evidencia esperada	Personalizada
Observaciones	<i>Este requisito deberá ser incluido en el documento de <u>definición y diseño de la estrategia.</u></i>

CORRECTA

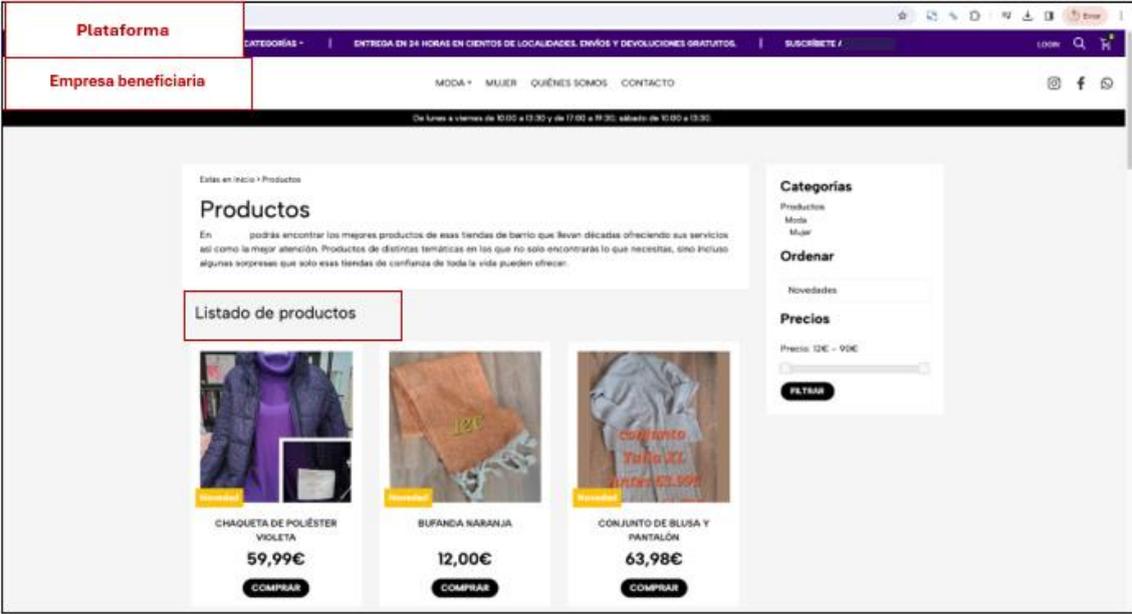
Ejemplo 1:

CREACIÓN DEL CONTENIDO DEL LISTING

He definido el siguiente número de descripciones del catálogo de referencias:

Nº de referencias del Beneficiario:

Nº de descripciones definidas:



URL empresa beneficiaria

Producto	Precio	Botón
JERSEY OVERSIZE	49,99€	COMPRAR
ABRIGO LARGO PARA MUJER EN POLIÉSTER	89,99€	COMPRAR
CÁRDIGAN DE MANGA LARGA PARA MUJER	79,99€	COMPRAR
SUDADERA LARGA BLANCA CON CAPUCHA	79,99€	COMPRAR
CONJUNTO JERSEY Y FALDA DE PUNTO TRENZADO	37,99€	COMPRAR
BUFANDA DE COLORES CON FLECOS	29,95€	COMPRAR

Anterior 1 2 Siguiente
19 de 19 productos

4. ALTA DE REFERENCIAS

Información que aportar	<i>Adjuntar, a continuación, capturas de pantalla que evidencien la carga de al menos diez (10) referencias con sus fotografías y descripciones (salvo indisponibilidad del Beneficiario) en la plataforma de Marketplace señalada en el formulario de justificación (memoria técnica).</i>
Tipo de evidencia esperada	Personalizada
Observaciones	<p><i>Se debe evidenciar el alta del número de referencias señaladas en el formulario de justificación.</i></p> <p><i>En las capturas se debe visualizar algún elemento que indique el número total de productos existentes, todos ellos del Beneficiario, que debe coincidir con lo indicado en la memoria técnica, por ejemplo:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>N páginas con productos.</i> - <i>Una página donde se vea un árbol de catálogo con categorías y el número de productos por categoría.</i> - <i>Un paginador en el que se muestre información del tipo 1 de N o Página 1 de N y x resultados por página.</i>

CORRECTA

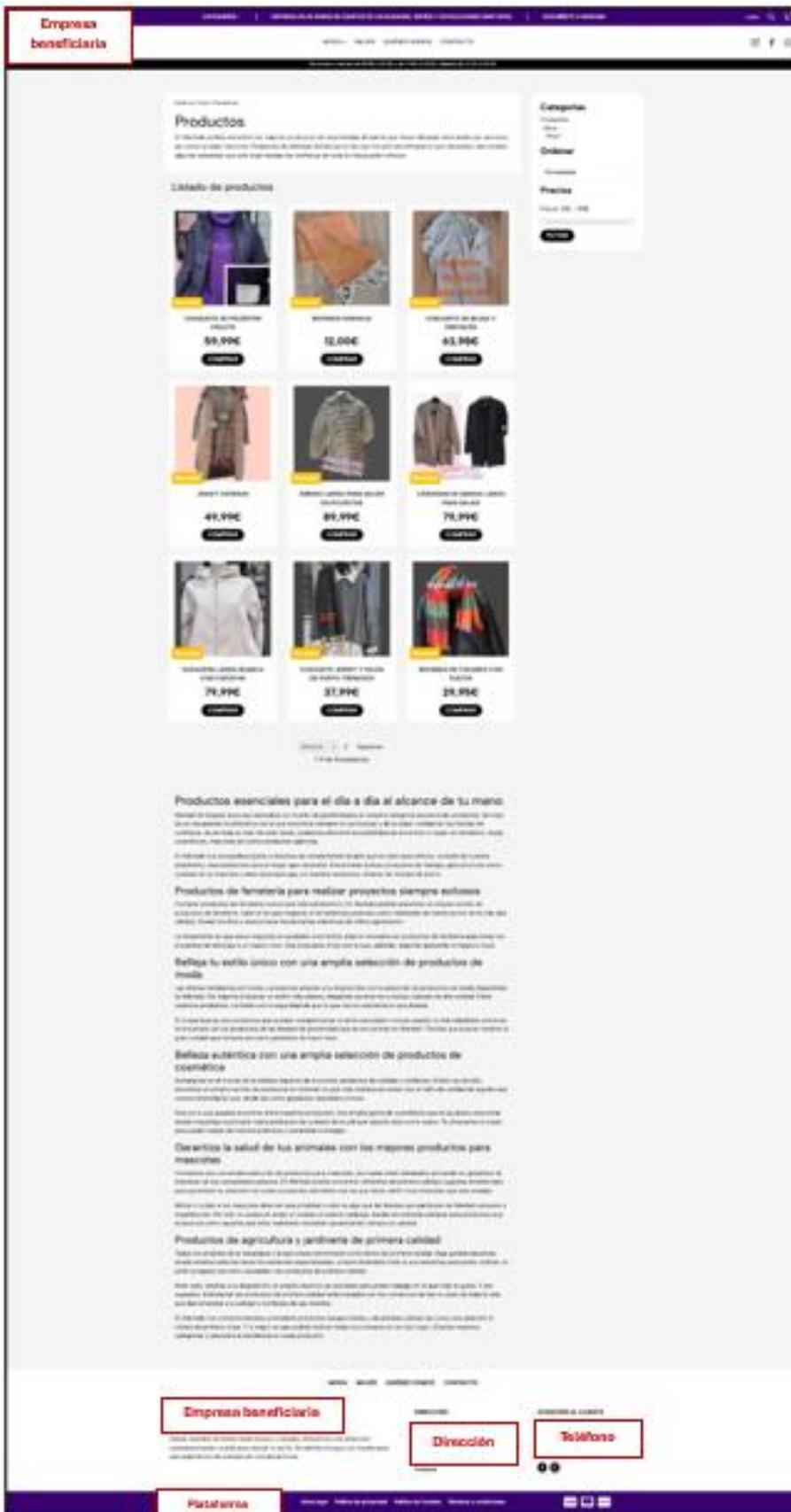
Ejemplo 1:

ALTA DE REFERENCIAS

He cargado el siguiente número de referencias con sus respectivas descripciones y fotografías en la plataforma:

Nº de referencias del Beneficiario:

Nº de referencias cargadas:



INCORRECTA

Ejemplo: Las capturas de pantalla son incorrectas por los siguientes motivos:

- El número de referencias que se muestra (13) no coincide con el número de productos señalado en la memoria técnica (30).
- No se puede identificar la plataforma de Marketplace, se recomienda siempre incluir cualquier encabezado que permita facilitar la identificación.

ESTUDIO PREVIO DE ALTERNATIVAS Y ALTA EN LA PLATAFORMA

He realizado un estudio previo de las alternativas y realizado el alta del perfil del Beneficiario en las siguientes plataformas y países (al menos uno).

PAÍS	PLATAFORMA	URL AL PERFIL
España	ZALANDO	URL perfil del beneficiario

ALTA DE REFERENCIAS

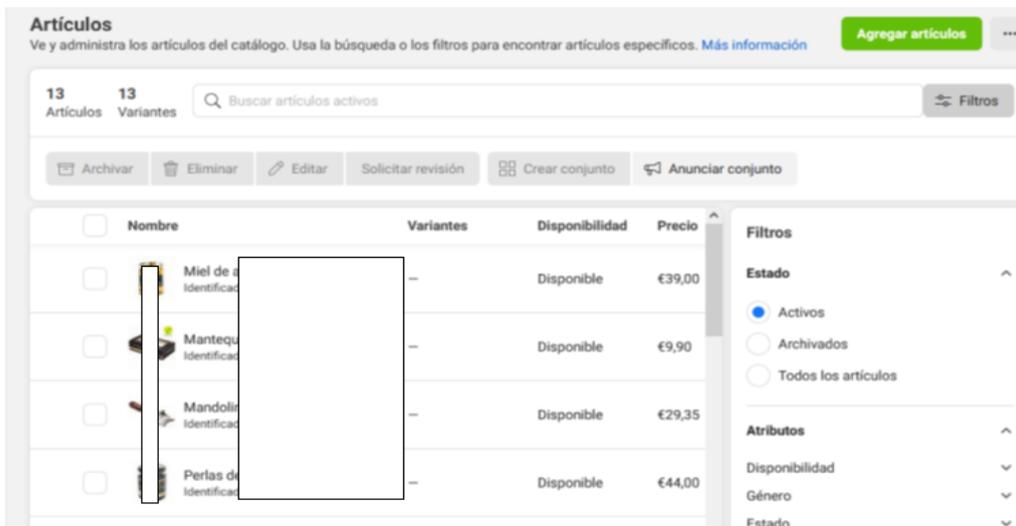
He cargado el siguiente número de referencias con sus respectivas descripciones y fotografías en la plataforma:

Nº de referencias del Beneficiario:

100

Nº de referencias cargadas:

30



<input type="checkbox"/>	Aove aro Identificad	Disponibile	€9,00
<input type="checkbox"/>	Crema de Identificad	Disponibile	€15,95
<input type="checkbox"/>	Miel de a Identificad	Disponibile	€15,40
<input type="checkbox"/>	Láminas Identificad	Disponibile	€11,55

Activos
 Archivados
 Todos los artículos

Atributos

- Disponibilidad
- Género
- Estado
- Marca

5. INFORME DE ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Información que aportar	<p><i>El informe de análisis de la competencia que recoge la investigación de mercado, focalizada en las características de los competidores para mejorar el proceso de toma de decisiones y alcanzar una posición competitiva deberá incluir, obligatoria u opcionalmente, lo siguiente:</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr style="background-color: #cccccc;"> <th style="text-align: center;">APARTADOS DEL INFORME DE COMPETENCIA</th> <th style="text-align: center;">CONTENIDO MÍNIMO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="background-color: #cccccc;">Fecha de documento</td> <td style="text-align: center; color: green;">Obligatorio</td> </tr> <tr style="background-color: #cccccc;"> <td colspan="2">Descripción Beneficiario</td> </tr> <tr> <td>Datos básicos (al menos nombre)</td> <td style="text-align: center; color: green;">Obligatorio</td> </tr> <tr> <td>Sector</td> <td style="text-align: center; color: red;">Opcional</td> </tr> <tr> <td>Productos o descripción de actividad</td> <td style="text-align: center; color: red;">Opcional</td> </tr> <tr style="background-color: #cccccc;"> <td colspan="2" style="text-align: center;">Investigación de competidores</td> </tr> <tr> <td>2 competidores</td> <td style="text-align: center; color: green;">Obligatorio*</td> </tr> <tr> <td>3 competidores</td> <td style="text-align: center; color: red;">Opcional</td> </tr> <tr> <td>Características de competidores</td> <td style="text-align: center; color: green;">Obligatorio</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; border-top: 1px dashed black; border-bottom: 1px dashed black;"> * En caso de tener menos de 2 competidores se dará por válido el informe, siempre que sea debidamente justificado </td> </tr> <tr style="background-color: #cccccc;"> <td colspan="2" style="text-align: center;">Posición global de la competencia</td> </tr> <tr> <td>Varios competidores</td> <td style="text-align: center; color: red;">Opcional</td> </tr> <tr> <td>Incluido el Beneficiario</td> <td style="text-align: center; color: red;">Opcional</td> </tr> </tbody> </table>	APARTADOS DEL INFORME DE COMPETENCIA	CONTENIDO MÍNIMO	Fecha de documento	Obligatorio	Descripción Beneficiario		Datos básicos (al menos nombre)	Obligatorio	Sector	Opcional	Productos o descripción de actividad	Opcional	Investigación de competidores		2 competidores	Obligatorio*	3 competidores	Opcional	Características de competidores	Obligatorio	* En caso de tener menos de 2 competidores se dará por válido el informe, siempre que sea debidamente justificado		Posición global de la competencia		Varios competidores	Opcional	Incluido el Beneficiario	Opcional
APARTADOS DEL INFORME DE COMPETENCIA	CONTENIDO MÍNIMO																												
Fecha de documento	Obligatorio																												
Descripción Beneficiario																													
Datos básicos (al menos nombre)	Obligatorio																												
Sector	Opcional																												
Productos o descripción de actividad	Opcional																												
Investigación de competidores																													
2 competidores	Obligatorio*																												
3 competidores	Opcional																												
Características de competidores	Obligatorio																												
* En caso de tener menos de 2 competidores se dará por válido el informe, siempre que sea debidamente justificado																													
Posición global de la competencia																													
Varios competidores	Opcional																												
Incluido el Beneficiario	Opcional																												

Tipo de evidencia esperada	<i>Personalizada</i>
Observaciones	

CORRECTA

Los ejemplos expuestos a continuación son de carácter informativo, la estructura del informe de competencia se podrá definir libremente.

Ejemplo 1:

<p>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</p> <p>He realizado una investigación de mercado focalizada en las características de los competidores para mejorar la toma de decisiones y alcanzar una posición competitiva. <input checked="" type="checkbox"/></p>

<h1 style="margin: 0;">INFORME DE COMPETENCIA (MARKETPLACE)</h1>	
Empresa:	Empresa beneficiaria
Proyecto:	Moda y Complementos Masha
Fecha de documento:	1 de enero de 2024

DESCRIPCIÓN DEL BENEFICIARIO

Empresa beneficiaria

- DATOS BÁSICOS

- Nombre: Empresa beneficiaria
- **Ámbito del proyecto:** Local/Regional
- **Sector:** Tienda de ropa y complementos para mujer
- **Productos o descripción de actividad:**

Moda y complementos para mujer. Vestidos, blusas, faldas, camisetas, camisas, pantalones, vaqueros, vestidos de fiesta, chaquetas, abrigos, cazadoras, jerséis, sudaderas, bolsos, collares, calzado, etc..

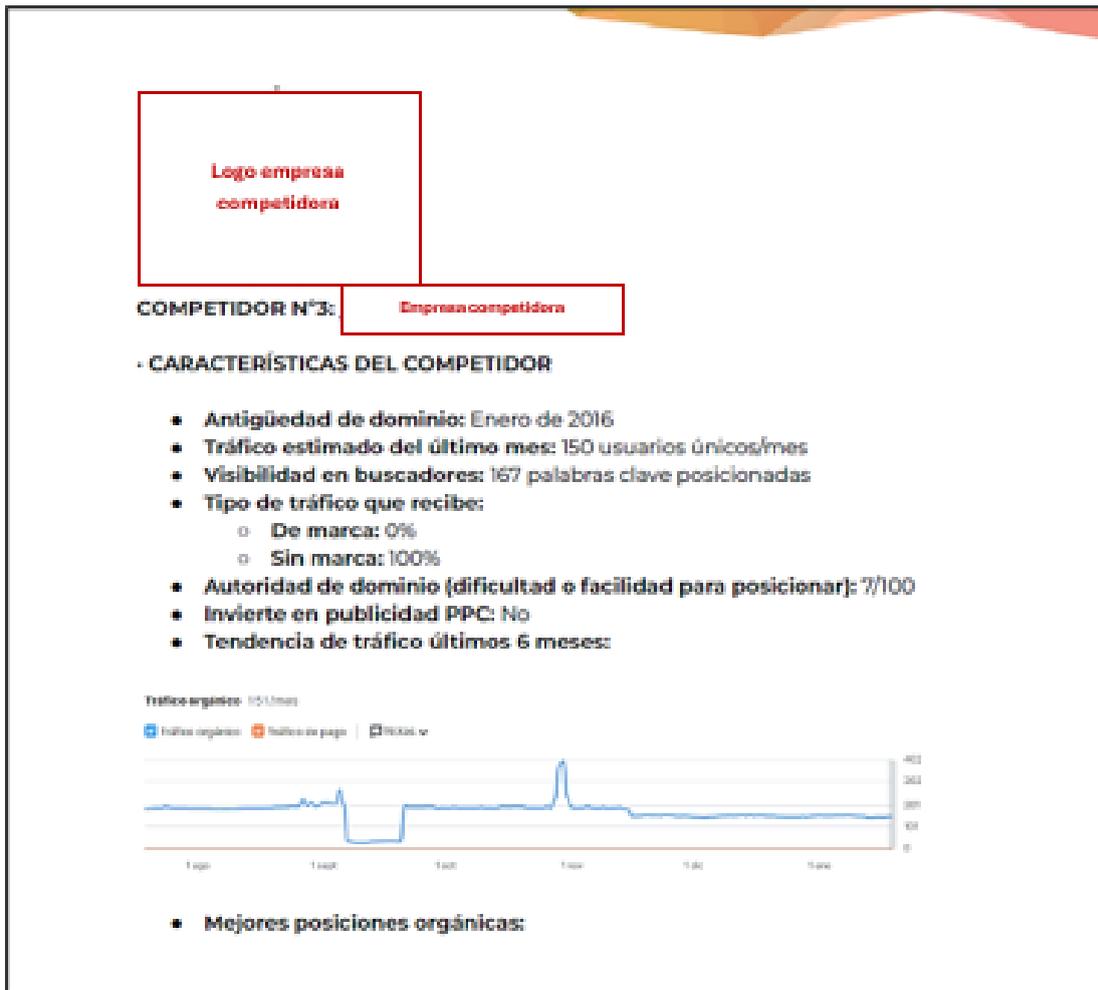
INVESTIGACIÓN DE COMPETIDORES

Logo empresa competidora

COMPETIDOR N°1: Empresa competidora

- CARACTERÍSTICAS DEL COMPETIDOR

- **Antigüedad de dominio:** Junio 2022
- **Tráfico estimado del último mes:** 900 usuarios únicos/mes
- **Visibilidad en buscadores:** 800 palabras clave posicionadas
- **Tipo de tráfico que recibe:**
 - De marca: 11%
 - Sin marca: 88%
- **Autoridad de dominio (dificultad o facilidad para posicionar):** 10/100
- **Invierte en publicidad PPC:** sí
- **Tendencia de tráfico últimos 6 meses:**



INCORRECTA

Ejemplo: No se nombra al Beneficiario y tampoco se observa el contenido mínimo del informe.

Análisis de la competencia:

La solución incluye la realización de una investigación de mercado focalizada en las características de tus competidores para mejorar tu proceso de toma de decisiones y ayudarte a alcanzar una posición competitiva.

Al analizar la competencia más local, como Competencia del Beneficiario que no tiene web, no los hemos encontrado en la plataforma de Correos Market, lo que creemos que nos da cierta ventaja sobre ellos en la venta de productos online.

Lo mismo sucede en Google Shopping, y lo teníamos claro desde el primer momento. El objetivo de esta estrategia no es luchar contra nuestra competencia directa, sino conseguir más público potencial.

A nivel más global, nuestros productos, al ir dirigidos en gran medida a aficionados de clubes deportivos, no tienen competencia directa, ya que sólo nosotros podemos vender este tipo de productos. La posibilidad de incorporarlos a estas plataformas de market, nos permiten llegar a un número mayor de potenciales clientes de esos equipos. Usuarios que vivan en Madrid o Barcelona, por ejemplo, que tengan sus raíces en los pueblos de los equipos que quieran conseguir camisetas u otros productos son los potenciales clientes que estamos buscando con esta acción.

Como hemos indicado anteriormente, la estrategia con respecto al uso de Market Place de Google es más global. En primer lugar se añadirán productos relacionados con equipos de fútbol de Competencia con el fin de aumentar la fidelización de estos clientes que tienen un interés por el equipo de fútbol de su pueblo. El uso del market de Google, nos permite ampliar considerablemente nuestra visibilidad en el buscador Google.

El siguiente paso es ampliar la creación de las fichas, no sólo a los productos de fútbol, sino a otros deportes de relevancia en Competencia y a sus equipos asociados, como voleibol y rugby, igualmente ligados a equipos deportivos conocidos.

Esta estrategia nos llevará a la incorporación de prendas y equipación deportiva sin asociación con ningún equipo, ya que esperamos que los clientes fidelizados sigan comprando no sólo los productos de sus equipos, sino también aquellos que no tengan este vínculo emocional.

6. DOCUMENTO DE ESTRATEGIA

	<p><i>El documento que recoge la estrategia de negocio para lograr la consecución de los objetivos deseados, orientando los recursos disponibles hacia dicha finalidad, debe recoger, obligatoria u opcionalmente, lo siguiente:</i></p>	
Información que aportar	APARTADOS DEL DOCUMENTO DE ESTRATEGIA	CONTENIDO MÍNIMO
	Fecha de documento	Obligatorio
	Descripción Beneficiario	
	Datos básicos (al menos nombre)	Obligatorio
	Sector	Opcional
	Productos o descripción de actividad	Opcional
	Estrategia	
	Objetivos del Beneficiario	Obligatorio
	Definición de la estrategia para alcanzar los objetivos (acciones que se llevarán a cabo)	Obligatorio
	Calendario o planificación	Opcional
Novedad		
Estudio previo de las alternativas de plataformas de Marketplace	Obligatorio	
Producción del catálogo de referencias seleccionadas de, al menos, diez (10) productos alineados con la estrategia del	Obligatorio	

	<p>negocio, salvo indisponibilidad del Beneficiario</p> <p>Creación del contenido de <i>listing</i> de, al menos, diez (10) referencias, salvo indisponibilidad del Beneficiario.</p>	Obligatorio
Tipo de evidencia esperada	Personalizada	
Observaciones		

CORRECTA

Los ejemplos expuestos a continuación son de carácter informativo, la estructura del documento de estrategia se podrá definir libremente.

Ejemplo 1:

DISEÑO Y DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO

He generado una estrategia de negocio para lograr la consecución de los objetivos deseados, orientando los recursos disponibles hacia dicha finalidad.

ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN MARKETPLACE

Empresa beneficiaria

FECHA: 22/01/2024

KIT DIGITAL

Marketplace

1. OBJETIVOS DE BENEFICIARIO

- Aumentar la visibilidad de nuestra marca**
 Al listar nuestros productos en un marketplace con tráfico, nuestro negocio puede aumentar su visibilidad y exposición a una audiencia más amplia.
- Ampliar nuestra base de clientes**
 Los marketplaces a menudo tienen una base de clientes establecida, lo que nos permite llegar a nuevos clientes que de otro modo serían difícil de alcanzar.
- Incrementar nuestras ventas**
 La presencia en un marketplace puede generar un aumento en las ventas, ya que los clientes pueden encontrar y comprar los productos de la empresa con mayor facilidad.
- Diversificar nuestros canales de ventas**
 Uniéndonos a un marketplace buscamos una forma de diversificar los canales de ventas de nuestro negocio, reduciendo la dependencia de un solo canal de distribución.
- Acceso a la tecnología y recursos del marketplace**
 Al unirse a un marketplace, nuestro negocio puede aprovechar la infraestructura tecnológica y los recursos de marketing proporcionados por la plataforma para impulsar sus ventas y operaciones.
- Aprovechar el tráfico existente**
 Los marketplaces suelen tener un flujo constante de visitantes, lo que nos puede ayudar a llegar a más gente y por tanto tener más ventas.

2. ACCIONES DENTRO DEL MARKETPLACE

- Optimización de la lista de productos**
 Nos aseguraremos que las descripciones, imágenes y detalles de nuestros productos sean atractivos y precisos. Esto aumentará las posibilidades de que los clientes potenciales se sientan atraídos por lo que ofrecemos.
- Gestión de precios y ofertas**
 Analizaremos los datos de la competencia para establecer estrategias de precios competitivos y ofertas especiales para atraer a los clientes en el marketplace. Esto incluye ofrecer descuentos temporales, paquetes de productos o promociones exclusivas.
- Atención al cliente especializada**
 Se proporcionará un servicio de atención al cliente de alta calidad para resolver dudas, gestionar devoluciones y ofrecer un excelente servicio posventa. Con esto garantiremos la fidelidad, podremos ganar la confianza de nuestros clientes y fomentar la lealtad a la marca.
- Análisis de datos**
 A través de los datos que genere el propio Marketplace haremos una evaluación del rendimiento de nuestros productos. Analizaremos las ventas, el comportamiento del cliente y las tendencias del mercado para tomar decisiones.
- Estrategias de diferenciación**
 Intentaremos crear una propuesta de valor única frente a la competencia en el marketplace. Nuestra estrategia incluirá aspectos como la calidad del producto y el servicio al cliente personalizado, entre otros.

3. ¿POR QUÉ HEMOS ELEGIDO Plataforma ?

- Análisis previo**
 Antes de decantarnos por marketplace fuéron: estuvimos estudiando otros marketplaces similares y sus características internas. Estos los cuales son referentes mundiales en marketplaces de venta de productos. Las razones por las que decantamos estas dos opciones son las siguientes:
 - Competencia interna
 - Dificultad para destacar
 - Presión para bajar precio
- Razones por las que hemos elegido Plataforma**
 Si bien son marketplaces muy populares y con un gran flujo de tráfico, teniendo en cuenta nuestro tipo de negocio nos decantamos por por diferentes razones:
 - Público objetivo:** Este marketplace va dirigido específicamente a una zona comarcal a la cual pertenece el negocio. De este modo podremos dar publicidad y vender nuestros productos a gente cercana a nosotros.
 - Menos competencia:** A diferencia de en podremos destacar antes ya que la competencia es menor lo que dirigirá más tráfico a nuestros productos.
 - Ayuda a la economía local:** Al tener un público objetivo tan específico contribuye al crecimiento y la prosperidad de la economía local. Potencia los negocios locales y ayuda al desarrollo de la comarca.
 - Sostenibilidad:** Comprar localmente puede tener beneficios ambientales al reducir la huella de carbono asociada con el transporte de productos desde lugares distantes.

KIT DIGITAL Marketplace

4. PRODUCTOS SUBIDOS A MERKAKÍ



Chaqueta de poliéster violeta



Subito naranja



Conjunto de blusa y pantalón

KIT DIGITAL Marketplace

INCORRECTA

Ejemplo: El documento no se corresponde con un documento de estrategia, además es genérico, sin que se incluya el nombre del Beneficiario y no cumple con el contenido mínimo.

ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL MARKETPLACE

El objetivo con la comercialización en **Marketplace** es aumentar las ventas de los cursos, generar mayor visibilidad, aumentar la participación de los clientes o expandir la audiencia objetivo.

Hemos realizado una investigación de las competencias mediante un análisis donde investigar los competidores y comprender las tendencias actuales. Esto ayudará a crear los listados en **Marketplace**. Y ver que valores debemos potenciar más de los cursos.

Hemos optimizar los listados de productos utilizando palabras clave relevantes y descriptivas en los títulos y descripciones de tus cursos de idiomas y música. Hemos utilizado imágenes atractivas para mostrar los productos de manera efectiva.

Tenemos previsto utilizar las herramientas de seguimiento y análisis proporcionadas por **Marketplace** para monitorear y medir los resultados de tus campañas. Analizando las métricas clave, como el número de clics, impresiones, conversiones y ROI (retorno de la inversión). De esta manera, utilizaremos estos datos para identificar áreas de mejora y ajustar la estrategia según sea necesario.

Realizaremos ajustes y mejoras constantes en tus listados y estrategias en función de los resultados y el feedback de los clientes.

7. HARDWARE (No aplica a Convocatoria C005/22-SI).

<p>Información que aportar</p>	<p><i>Adjuntar las fotografías que evidencien el número de dispositivos suministrados conforme a lo indicado en el formulario de justificación. Estas fotografías deben mostrar todos los elementos suministrados.</i></p> <p><i>En el formulario de justificación dentro del apartado dispuesto: “Indique, a continuación, el motivo por el que ha sido necesario el suministro de los dispositivos mencionados para la implantación de la solución”, se debe describir una justificación suficiente del motivo del suministro de los dispositivos.</i></p>
<p>Tipo de evidencia esperada</p>	<p>Personalizada</p>
<p>Observaciones</p>	<p><i>Únicamente serán subvencionables como parte de la solución de digitalización, dispositivos hardware específicos si:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Se requieren expresamente para su uso y si la solución se comercializa con ese hardware. - Su suministro es imprescindible para la prestación de la solución contratada, sin que puedan ser utilizados para otros fines distintos que los de prestar esta solución. <p>No se admitirán como gastos subvencionables los ordenadores de sobremesa, los portátiles y smartphones. Dentro de esta gama las tablets sí serán subvencionables. Se ha de tener en cuenta que los dispositivos como la Tablet, deben estar configurados para permitir sólo el uso de la solución implantada.</p> <p><i>En las fotografías que se aporten se debe visualizar los siguientes datos:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El producto, 2. La publicidad <p>Es obligatorio que se muestre en las fotografías la evidencia de la publicidad de la cofinanciación de la ayuda con el uso de una etiqueta adherida. Esta etiqueta debe ir en un lugar visible del producto.</p> <p><i>Todas las medidas de información y publicidad deberán incluir los elementos siguientes:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>El emblema de la Unión Europea, de conformidad con las normas gráficas establecidas, disponible en el link https://planderecuperacion.gob.es/identidad-visual.</i> - <i>La declaración de financiación adecuada que indique «financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU».</i> - <i>El logo del Plan de Recuperación, Transformación y</i>

	<p>Resiliencia, disponible en el link: https://planderecuperacion.gob.es/identidad-visual</p> <p>Los dispositivos podrán ser objeto de comprobación material, para verificar que se destinan al uso exclusivo de la solución implantada y que cumplen con los requisitos previamente señalados además de la marca, el modelo y el número de serie del elemento, señalados en el formulario de justificación.</p>
--	---

CORRECTA

Ejemplo 1: Producto: procesador





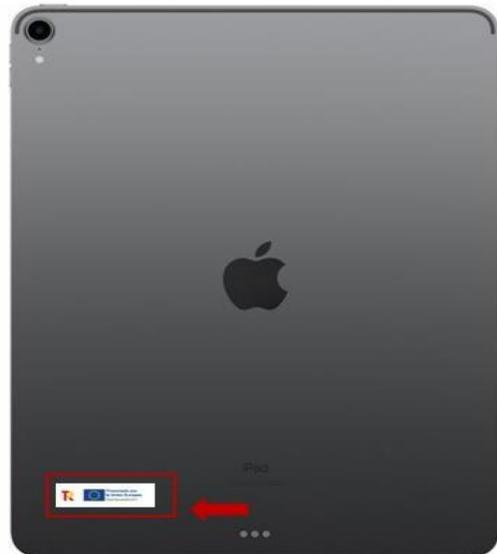
Ejemplo 2: Producto: Dispositivo de localización Lot



Ejemplo 3: Producto: PTR



Ejemplo 4: Producto: Ipad



INCORRECTA

Ejemplo 1: En las fotografías aportadas no se evidencia la etiqueta adherida de la publicidad de la cofinanciación de la ayuda.

