

## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DENOMINADA “COMERCIOS MÁGICOS” PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE LA COMUNIDAD DE MADRID**

### **1. JUSTIFICACIÓN**

La Dirección General de Comercio y Consumo en uso de sus atribuciones de ordenación y promoción del sector comercial, conforme establece el artículo 26.3.1.2 de la Ley Orgánica 3/1983, de 25 de febrero, del Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid y el Decreto 193/2015, de 4 de agosto, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda, modificado por Decreto 126/2017, de 24 de octubre, del Consejo de Gobierno, promueve la realización de campañas con el objetivo de incentivar el consumo y dinamizar las ventas de los comercios de la Región.

En el marco del Plan de Dinamización, Promoción e Innovación del Comercio para el año 2019, la Comunidad de Madrid centra sus esfuerzos, entre otros, en el desarrollo de acciones que incrementen el consumo y dinamicen las ventas del pequeño comercio de la Región.

### **2. OBJETO DEL CONTRATO**

El contrato tiene por objeto establecer las condiciones para la contratación de QUINCE espectáculos consistentes en la instalación, en áreas comerciales, de elementos relacionados con el mundo de la magia para su exposición, y del mismo número de actuaciones artísticas consistentes en espectáculos de ilusionismo, que tendrán lugar en quince localidades de la Comunidad de Madrid, durante el mismo número de jornadas, así como las actividades de promoción del comercio ligadas a dichos espectáculos.

El instrumento utilizado será el desarrollo de una serie de actuaciones artísticas, realizadas por el contratista en las áreas comerciales de los municipios participantes, ligadas al mundo del ilusionismo. Se trata de una acción de “street marketing” de carácter familiar que atraerá a potenciales clientes a las zonas comerciales de los municipios participantes, dinamizando las ventas e incrementando el consumo en los establecimientos situados en los mismos.

En las calles comerciales de los municipios participantes se producirán espectáculos de magia y otras actuaciones de entretenimiento para toda la familia, en la que los asistentes podrán obtener tarjetas con interesantes descuentos y promociones en los comercios locales participantes.



Con respecto a las actuaciones de promoción se pretenderá vincular, a través de material promocional, la campaña con los comercios participantes, atrayendo tráfico desde los comercios a la exposición y las actuaciones artísticas y al revés, así como un mayor impacto en los medios.

### 3. OBJETIVOS

Las empresas ofertantes deberán presentar un **proyecto** que deberá atender a los siguientes **objetivos básicos**:

- Las actividades propuestas deberán ser eminentemente participativas y tendrán cómo finalidad atraer a potenciales clientes a las zonas comerciales de las distintas localidades participantes, dinamizando las ventas e incrementando el consumo en los establecimientos sitios en las mismas.
- El proyecto deberá ofrecer una variada oferta de actividades dirigidas al fomento del comercio, todas ellas con carácter gratuito, dirigidas a todos los públicos y en especial al público familiar.
- Cada actividad deberá ajustarse a las infraestructuras de las que dispone el lugar de desarrollo de la misma.
- El proyecto presentado girará en torno al ilusionismo ligado al desarrollo del comercio de proximidad.

### 4. CONDICIONES TÉCNICAS GENERALES

- 4.1 El adjudicatario deberá hacerse cargo de las cuotas derivadas de los derechos de autor, en relación con los espectáculos que se desarrollen, a cumplimentar por la Sociedad General de Autores.
- 4.2 La Comunidad de Madrid se reserva el derecho a formular cuantas objeciones estime convenientes y modificar las orientaciones presentadas según las conveniencias del servicio o actividad, debiendo someterse el adjudicatario en todo momento a las directrices e instrucciones que le sean formuladas, con objeto de obtener la máxima eficacia y coordinación.
- 4.3 Cada actividad deberá ser debidamente acordada y el contratista deberá presentar previamente a la prestación del servicio, programa detallado con relación de las personas que intervengan en dicha actividad, entendiéndose incluida en la misma la captación de los comercios susceptibles de participar.



- 4.4 Los espectáculos que hubieran de ser suspendidos por causa no imputable directamente al órgano contratante (ya sea por causas climatológicas, de fuerza mayor o deficiencias en la organización, etc.) no serán abonados en ningún caso. Si la suspensión de alguno de los espectáculos o actividades fuera decidida unilateralmente por la Comunidad de Madrid no será abonable salvo que dicha decisión se produzca con 24 horas de antelación o durante la celebración de los mismos, en cuyo caso se abonará exclusivamente el 50% del precio convenido.

No obstante, si por causas meteorológicas fuera imposible o peligroso por la naturaleza de las actividades el montaje y desarrollo de las mismas, podrá aplazarse la realización del espectáculo a otra fecha por acuerdo de ambas partes.

- 4.5 El adjudicatario será responsable del buen uso y conservación de la maquinaria, aparatos y demás material a utilizar en la prestación del servicio o actividad que sea propiedad municipal.

## 5. CONDICIONES TÉCNICAS PARTICULARES

### 5.1 La captación de comercios participantes en los municipios en los que se llevará a cabo la campaña

Cuyos trabajos consistirán en:

- 5.1.1- Elaboración de un *Programa de captación* que deberá contar con el visto bueno de la Dirección General de Comercio y Consumo.
- 5.1.2- Información a los comercios sobre el contenido y la dinámica del programa (vía online u offline) para conseguir su adhesión al mismo.
- 5.1.3- Registro de los comercios captados e inclusión de los mismos en las herramientas promocionales de la campaña.
- 5.1.4- Reporte de los comercios captados por municipio a petición de la Dirección General de Comercio y Consumo
- 5.1.5- Disponer de un mínimo de 4 captadores (asumiendo uno de ellos las labores de planificación, distribución y dirección del equipo captador y de coordinación con el Ayuntamiento respectivo) debiendo cumplir con las siguientes proporciones:



- En los 5 municipios (de menos de 5.000 habitantes) de la Comunidad de Madrid en los que se actuará, se deberán captar al menos 10 comercios por municipio o bien 50 comercios distribuidos entre los 5 municipios que integran el bloque.
- En los 5 municipios (de entre 5.000 y 80.000 habitantes) de la Comunidad de Madrid en los que se actuará, se deberán captar al menos 100 comercios por municipio o bien 500 comercios distribuidos entre los 5 municipios que integran el bloque. Siempre y cuando, en este último caso, se capte un mínimo de 60 comercios en cada municipio.
- En los 5 municipios (de más de 80.000 habitantes) de la Comunidad de Madrid en los que se actuará se deberán captar al menos 300 comercios por municipio o bien 1.500 comercios distribuidos entre los 5 municipios que integran el bloque. Siempre y cuando, en este último caso, se capte un mínimo de 180 comercios en cada municipio.

## 5.2 La organización y desarrollo de los espectáculos comprenderá los siguientes trabajos:

### ***A - Organización, infraestructura y material necesario para la realización de las actividades***

Comprende:

- Recursos humanos destinados a las labores de organización: personal necesario para el montaje y desmontaje de los elementos lúdicos, así como para la amenización musical.
- Personal necesario para llevar a cabo las actuaciones ligadas al mundo del ilusionismo.
- Aportación de elementos lúdicos de magia necesarios para el desarrollo de la campaña que permanecerán instalados, a modo expositivo, en el horario previsto en cada una de las jornadas, de modo que permita la interacción del público asistente al acto.
- Delimitación y decoración de los espacios con temática relacionada con el mundo del ilusionismo, destinados a las actividades en los distintos Ayuntamientos.
- Organización logística del evento (transporte de recursos para la realización de la campaña).
- Speaker para amenizar la calle, informe sobre actuaciones y lugares de ubicación de las mismas.



- Megafonía y publicidad necesaria para amenizar la calle distribuida por las zonas principales de la localidad.
- Instalación de puntos de luz necesarios para las actuaciones y si en alguna localidad no fuera posible, equipo generador.
- Suministro de vallas de seguridad vial en número suficiente para proteger la zona durante el montaje y desmontaje del espectáculo.

## **B - Plan de Promoción**

Comprende:

- Un mínimo de 10.000 bolígrafos pompero o elemento promocional similar, con colgador y serigrafiado con la imagen del Programa, en proporción a la población de los municipios participantes.
- Maquetación y producción de un número mínimo de 2.100 unidades de display portafolletos en cartón, en cuatricomía y con adhesivo a doble cara, en proporción a la población de las localidades, así como su distribución entre los distintos municipios.
- Un mínimo de 15.000 globos y caramelos serigrafiados con la imagen de la Campaña, en número proporcional a las localidades participantes.
- Suelta de globos u otras actuaciones de impacto en el acto inaugural de la Campaña, incluido alquiler de red.
- Maquetación y producción de un número mínimo de 2.100 carteles promocionales en papel estucado brillo de 135 gr. impresos a 4/4 colores, (50x50 cm.) plegados a formato A5 (cerrado).
- Un mínimo de 10.000 dípticos (29,7x21 cm. abierto), 30.000 trípticos (44,1x21 cm. abierto) y 10.000 cuadrípticos (60x21 cm. abierto), así como su distribución en los municipios participantes.
- 2 azafatas uniformadas por municipio, para la entrega de la publicidad de la Campaña en las distintas localidades.
- Un mínimo de 10.000 bolsas reutilizables (38x43 cm.) de tela roja serigrafiadas en blanco con la imagen del Programa, en cantidad proporcional a la población de los municipios participantes en la Campaña.
- Un mínimo de 1.000 camisetas serigrafiadas con la imagen de la Campaña, en cantidad proporcional al número de habitantes de las poblaciones participantes en el Programa.
- Microsite promocional del Programa para facilitar el acceso directo de los comercios adheridos de los municipios participantes en la Campaña, así como calendario de las actividades y eventos.
- Redes Sociales (Facebook, Twitter, etc.)

**5.3** A efectos de ejecución del contrato el adjudicatario deberá atender, en lo no expresamente detallado en el presente Pliego, las instrucciones que le formule la Comunidad de Madrid.



**5.4** El órgano contratante elegirá, de las opciones ofertadas por el/los contratista/s, aquella que considere más adecuada y que mejor se ajuste a la finalidad de la Campaña.

**5.5** El servicio se prestará conforme al régimen de horario y calendario que fije el órgano contratante de acuerdo con el adjudicatario, teniendo la facultad de variarlo en función del interés público.

## **6. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN**

En la ejecución del presente contrato, las empresas adjudicatarias tendrán en cuenta, como mínimo, las siguientes condiciones:

- Tanto en el desarrollo de la microsite promocional del Programa, como para la introducción de la campaña en Redes Sociales (ambos trabajos incluidos en el Plan de Promoción) y puesto que ambas actuaciones se dirigirán al público en general, como potenciales clientes de los comercios a promocionar, el empresario adjudicatario deberá ajustarse a la normativa sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con diversidad funcional a las tecnologías, productos y servicios relacionados con las sociedad de la información y medios de comunicación social.

El adjudicatario deberá presentar una declaración responsable en este sentido, en la cual hará constar la acreditación de certificados expedidos por organismos independientes donde se especifique que el empresario cumple las normas de garantías de calidad en materia de accesibilidad para personas con discapacidad.

- En todos aquellos trabajos incluidos en el Plan de Promoción que implican suministro de papel (como son tanto la edición de carteles promocionales como la de folletos informativos) éste sólo podrá ser de dos tipos: reciclado, con un mínimo 85% de fibras reutilizadas y con proceso de blanqueado completamente libre de cloro, o de fibra virgen procedente de bosques de gestión sostenible.

El adjudicatario deberá presentar declaración responsable en la que indique que dicho papel cuenta con certificado de explotación forestal sostenible tipo FSC, PEFC o equivalente.

El incumplimiento de cualquiera de estas dos condiciones especiales de ejecución del contrato dará lugar a la resolución del mismo conforme a lo regulado en los artículos 202.3 y 211.1 f) de LCSP.



## 7. DURACIÓN DEL CONTRATO, CALENDARIO Y LUGAR DE EJECUCIÓN

El contrato tendrá una duración de nueve meses y se llevará a cabo durante los sábados (15 actuaciones) de los meses de abril a octubre del año 2019, en horario de 11 a 14 horas, estando prevista su realización en los quince municipios que fije la Comunidad de Madrid según la escala de población que a continuación se relaciona:

- 5 municipios (menos de 5.000 habitantes) de la Comunidad de Madrid.
- 5 municipios (entre 5.000 y 80.000 habitantes) de la Comunidad de Madrid.
- 5 municipios (más de 80.000 habitantes) de la Comunidad de Madrid.

Los trabajos de captación de comercios participantes en la campaña comenzarán en la fecha de formalización del contrato, tendrán una duración de 3 meses y deberán realizarse conforme al Programa de captación que deberá, en todo caso, contar con el visto bueno de la Dirección General de Comercio y Consumo. Este Centro Directivo se reservará la facultad de modificar dicho programa atendiendo a sus necesidades.

## 8. DEBERES DEL ADJUDICATARIO

Además de las obligaciones recogidas en el pliego de cláusulas administrativas particulares y en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público, el adjudicatario vendrá obligado a realizar lo dispuesto en el punto 2 del presente pliego.

Serán deberes del adjudicatario:

- 8.1 La presentación de un programa de captación de comercios participantes, teniendo en cuenta los mínimos establecidos en el apartado 5.1.5 de estos pliegos.
- 8.2 La presentación de un proyecto completo de programación, indicando los medios con que cuente, el atrezzo, decoración, organización de los espacios y de los medios necesarios. Igualmente deberá llevar a cabo las actuaciones de promoción.
- 8.3 La obtención de cualesquiera permisos o autorizaciones ante entidades públicas o privadas que sea preciso solicitar para la correcta prestación del servicio.
- 8.4 Las asistencias técnicas durante las funciones o ensayos o en su defecto lo que la actividad requiriese para su ejecución completa y satisfactoria estarán incluidas en el precio del contrato.
- 8.5 Los trabajos de montaje y desmontaje y retirada de todos los materiales instalados por el adjudicatario y que deberán iniciarse de manera inmediata a la finalización del espectáculo.



- 8.6 Todas las actuaciones incluidas en el presente pliego serán de entrada gratuita y libre teniendo solo las limitaciones de espacio y seguridad que sean necesarias en cada una de ellas, siendo coordinadas con la Policía Local, Protección Civil o Guardia Civil.
- 8.7 Todas las operaciones de carga y descarga.
- 8.8 La instalación de los equipos de sonido, megafonía y música ambiente durante los espectáculos.
- 8.9 Indicar en la oferta las dimensiones del espacio destinado a cada una de las actividades, así como el personal responsable con el que debe contar cada una de las mismas.
- 8.10 El adjudicatario deberá encontrarse en el lugar de prestación del servicio con antelación suficiente para haber terminado los ensayos técnicos una hora antes del momento en el que comience las distintas actividades.
- 8.11 El adjudicatario deberá cumplir con la legislación laboral y/o mercantil vigente en las relaciones contractuales con el personal a su servicio y proveedores que dependerán exclusivamente del mismo y no tendrán relación de ninguna índole con la Comunidad de Madrid.
- 8.12 El adjudicatario deberá informar a la Comunidad de Madrid de cualquier cambio, siempre previa aprobación del Centro Directivo.

La Comunidad se reserva el derecho de grabar las representaciones en sistema audiovisual, no con fines comerciales, sino promocionales, pedagógicos o de archivo. Durante la ejecución del contrato si alguna de las escenas implicara la participación pasiva o activa del público asistente, esta interacción con el público deberá tener siempre carácter voluntario y no deberá ofender la sensibilidad de ningún participante.

El contratista seguirá estrictamente las indicaciones de la Comunidad de Madrid en cuanto al volumen de sonido y horarios de las representaciones, de conformidad con la normativa vigente a la que remite el artículo 6 de la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas.

## 9. PERSONAL MÍNIMO A CARGO DEL ADJUDICATARIO

El adjudicatario deberá disponer del personal necesario para atender sus obligaciones. Dependerá exclusivamente del adjudicatario, por lo que tendrá todos los derechos y obligaciones inherentes a su calidad de empresario, debiendo cumplir las disposiciones vigentes en materia laboral, de seguridad social e higiene y de seguridad en el trabajo,



referida al propio personal a su cargo. En caso de accidente o perjuicio de cualquier género ocurrido a algún miembro de los integrantes del personal que realice los trabajos para el adjudicatario, este último cumplirá con lo dispuesto en las normas vigentes, muy especialmente las indicadas en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, bajo su responsabilidad.

## **10. CONFIDENCIALIDAD, PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN**

El contratista deberá respetar el carácter confidencial de aquella información a la que tenga acceso con ocasión de la ejecución del contrato, o que por su propia naturaleza deba ser tratada como tal.

La empresa adjudicataria y el personal a su servicio en la prestación del contrato, tal y como se define en la letra d) del artículo 3 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, en el supuesto de que procedan al tratamiento de datos de los usuarios, están obligados en su calidad de responsables directos del tratamiento de datos personales al cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal conforme a lo dispuesto en el Real Decreto-ley 5/2018, de 27 de julio, de medidas urgentes para la adaptación del Derecho español a la normativa de la Unión Europea en materia de protección de datos, en particular el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento General de Protección de Datos), así como de las disposiciones que en materia de protección de datos se encuentren en vigor a la adjudicación del contrato o que puedan estarlo durante su vigencia en cuanto no contradigan dicha normativa; en especial no aplicarán o utilizarán los datos personales indicados con el fin distinto al previsto en el contrato.

LA DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO Y CONSUMO

