

INFORME RELATIVO A LA INSUFICIENCIA DE MEDIOS PROPIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DENOMINADA “COMERCIOS MÁGICOS” PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 30.3 y 116.4.f) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, en el expediente de tramitación de los contratos de servicios habrá de justificarse adecuadamente la insuficiencia de medios por parte de la Administración para hacer frente a la ejecución del mismo, siendo esta justificación el objeto del presente informe.

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, 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 Programa de Dinamización, Promoción e Innovación del Comercio para el año 2020, el cual centra sus esfuerzos, entre otros, en el desarrollo de acciones que incrementen el consumo y dinamicen las ventas del pequeño comercio de la Región, se ha previsto la realización de la campaña de promoción del comercio denominada “Comercios Mágicos”.

El contrato tendrá una duración de nueve meses y se llevará a cabo durante los 16 sábados entre los meses de abril a octubre del año 2020, en horario de 11 a 14 horas, estando prevista su realización en los dieciséis municipios que fije la Comunidad de Madrid según la escala de población que a continuación se relaciona:

- 7 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.
- 4 municipios (más de 80.000 habitantes) de la Comunidad de Madrid.

Las actuaciones a ejecutar por el contratista se concretarán principalmente en las siguientes líneas de trabajo:

1ª.- Actividades de captación de comercios participantes de los municipios en los que se llevará a cabo la campaña durante 3 meses a contar desde la formalización del contrato y conforme a un Programa de Captación de comercios que llevará a cabo un equipo de 2 personas y cuyos resultados de adhesión de los comercios a la campaña deberán cumplir los mínimos establecidos en los pliegos en función del número de habitantes de cada municipio participante.



Para la realización de dichos trabajos de captación se requiere de unos recursos personales especializados y con experiencia en este tipo de prestaciones, de los cuales la Comunidad de Madrid, en concreto la estructura de la Dirección General de Comercio y Consumo, carece.

2ª.- El desarrollo, en un espacio tematizado al efecto con estética futurista, de una serie de actuaciones artísticas y actividades de carácter lúdico e interactivo con el público, ligadas al mundo de la magia y la fantasía, situado en las áreas comerciales de los municipios participantes.

La realización de estos trabajos requiere:

- Recursos humanos destinados a las labores de organización, personal necesario para el diseño, producción, montaje y desmontaje de los elementos utilizados para la tematización del espacio, así como de los elementos necesarios para la amenización musical.
- Personal necesario para llevar a cabo las actuaciones artísticas programadas incluyendo tanto artistas como, en su caso, figurantes o “personajes”, así como el personal necesario para dinamizar las actividades lúdicas de carácter interactivo relacionadas con el fomento de hábitos de consumo responsable con el medio ambiente.
- Speaker para amenizar la calle e informar sobre las actuaciones, actividades, horarios y ubicación de la campaña, así como para la promoción de los comercios.
- Organización logística del evento (transporte de recursos para la realización de la campaña).
- Amenización musical, megafonía y publicidad necesarias para animar la calle distribuida por las zonas principales de la localidad.
- Instalación de puntos de luz y tomas de corriente 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.



Teniendo en cuenta las especiales características que deberán reunir, tanto el personal que llevará a cabo las actuaciones artísticas y las actividades de carácter interactivo (cuya especialización resulta evidente), como el resto del personal de apoyo necesario para llevarlas a cabo, que se relaciona en este apartado, se constata que la Comunidad de Madrid no dispone, y en concreto este Centro Directivo, de los recursos tanto humanos como materiales necesarios para llevarlas a cabo.

3ª.- Actividades de promoción del comercio en las localidades participantes, conforme a un Plan de Promoción, el cual comprende:

- Un mínimo de 25.000 unidades de merchandising relacionadas con la temática del evento para canjear por tickets de compra con objeto de su distribución en número proporcional a la población de los municipios participantes.
- Servicio de transporte y recogida del material promocional a cada uno de los municipios participantes.
- Diseño, maquetación y producción de un número mínimo de 50.000 unidades de flyers presentando y anunciando la campaña adaptados a cada uno de los 16 municipios con información del lugar y fecha en la que se desarrollará la misma.
- Servicio de buzoneo de los flyers indicados en el apartado anterior en cada uno de los 16 municipios participantes en la iniciativa.
- Diseño, maquetación y producción de un número mínimo de 160.000 calendarios de bolsillo plastificados y personalizados para cada uno de los municipios, para su entrega por parte de los comerciantes participantes en la campaña a sus clientes. Por una cara constará el calendario de 2021 con sus correspondientes festivos y por la otra información del lugar, día, hora y demás datos de la campaña.
- Maquetación y producción de un número mínimo de 2.000 vinilos en tamaño DIN-A3, para su instalación en lugar visible de los comercios adheridos a la campaña en las distintas localidades.
- 2 azafatas caracterizadas por municipio, para la entrega de la publicidad de la Campaña en las distintas localidades.
- 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.
- Acciones necesarias para la eficaz difusión en Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) de la campaña.



Para llevar a cabo estas actividades de promoción, es necesario contar con personal muy especializado y con suficiente experiencia en su realización, lo que implica un perfil profesional del que no se dispone en estructura, ni cualitativa ni cuantitativamente.

Por todo ello, dadas las especiales características de las actividades a llevar a cabo, objeto del presente contrato, la Comunidad de Madrid, en concreto la estructura de la Dirección General de Comercio y Consumo, no dispone de los recursos humanos ni materiales descritos en el Pliego de Prescripciones Técnicas adecuados para hacer frente a las actuaciones necesarias para cumplirlo. Y puesto que la realización de estos trabajos tiene un carácter puntual, no se considera conveniente la ampliación de los medios tanto personales como materiales con los que cuenta actualmente este Centro Directivo.

Por todo ello, y atendiendo a razones de eficiencia técnica y organizativa, resulta necesaria la contratación con una empresa especializada en la realización de cada una de las actuaciones que conlleva el contrato.

LA DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO Y CONSUMO

