

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 230/2023, de 6 de septiembre, 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 Programa de Dinamización, Promoción e Innovación del Comercio para el año 2024, 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 seis meses y medio y se llevará a cabo en fines de semana (de viernes a domingo) comprendidos entre el 1 de mayo y el 15 de noviembre del año 2024, con una duración de tres horas cada espectáculo, estando prevista su realización en los veinte municipios que fije 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 3 personas.

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, de una serie de actuaciones artísticas y actividades de carácter lúdico e interactivo con el público, ligadas al mundo de fantasía, en el que encajarán afinadamente un comercio y un consumo responsables y comprometidos con el respeto al medio ambiente y con la utilización de energías limpias y renovables, 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.
- Cartelas (u otros elemento de señalética), identificativas y explicativas de las actividades, que se colocarán a la entrada de las carpas/casetas, así como una enumerativa de las actuaciones que se van a desarrollar en las diferentes carpas que, además, contenga el horario de los espectáculos (está última se colocará a la entrada del recinto o espacio tematizado).
- Personal encargado de la promoción del evento y distribución de elementos de merchandising entre el público asistente al evento.
- 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 y cualquier otro elemento de protección que fuera necesario, en número suficiente, para asegurar la zona durante el montaje y desmontaje del espectáculo.
- Suministro de elementos que proporcionen zonas de sombra y refresquen el espacio tematizado, tales como parasoles, velas, nebulizadores, etc

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 45.000 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.

Las condiciones del canjeo de dichos tickets serán establecidas por la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid y publicitadas a través de las herramientas promocionales de la campaña.

La cantidad total de unidades de merchandising deberá integrar al menos 5 tipos diferentes de objetos dirigido a un público de diferentes edades, al menos uno de los tipos de elementos irá destinado a un público infantil.

- Servicio de transporte y recogida del material promocional a cada uno de los municipios participantes.
- Diseño, maquetación y producción de 200.000 unidades de flyers personalizados por municipio, tamaño A5, 135 gr., doble cara, 4/4 colores, con código QR incorporado de la microsite promocional.

- Maquetación y producción de un número mínimo de 2.500 vinilos en tamaño DIN-A3, para su instalación en lugar visible de los comercios adheridos a la campaña en las distintas localidades.
- Producción de cartelería, montaje y desmontaje de elementos promocionales abrazafarolas.
- Adaptación del diseño de los diferentes elementos del material promocional.
- Dos elementos móviles con megafonía incorporada para promoción previa al evento en los municipios adheridos al Programa.
- Realización de actividades de animación previas en las zonas comerciales para atracción del público a la Feria
- 3 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.
- Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)
- Realización de una mini encuesta de satisfacción al público asistente a los eventos, cuyo contenido será previamente validado por la Dirección General de Comercio y Consumo, así como de un informe final de impactos, con los principales datos en cuanto a herramientas digitales promocionales, número de comercios participantes y perfil de los mismos por municipio, número de tickets recaudados por municipio e importe medio de los mismos, imágenes de los eventos, etc.
- Realización de actuaciones promocionales on line en cada uno de los municipios, desde el mismo día de la finalización la Feria en cada uno de ellos, máximo un mes de duración en cada municipio, para promoción del comercio local.

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, Consumo y Servicios, 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.

EL SUDIRECTOR GENERAL DE ENTIDADES COMERCIALES Y PROMOCIÓN

Firmado digitalmente por: MARTÍN MARTÍN ÁNGEL LUIS
Fecha: 2024 01 02 12:41