



Dirección General de Comercio
Consumo y Servicios
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA
HACIENDA Y EMPLEO

Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía todas las firmas auténticas y se han ocultado los datos personales protegidos y los códigos que permitirían acceder al original.

N.º EXPEDIENTE: A/SER-001881/2026

INFORME DE VALORACION DE LAS OFERTAS TÉCNICAS PRESENTADAS POR LOS LICITADORES AL CONTRATO DE “IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DENOMINADA COMERCIOS MÁGICOS PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE LA COMUNIDAD DE MADRID”

El presente informe responde al análisis técnico de las ofertas presentadas para el Expediente A/SER-001881/2026, Contrato de servicios denominado “IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DENOMINADA COMERCIOS MÁGICOS PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE LA COMUNIDAD DE MADRID”.

Finalizado el plazo de presentación de ofertas y reunida la Mesa de Contratación el día 26 de marzo de 2026, a las 10:00 horas, según se pone de manifiesto en el Acta correspondiente, se han presentado las siguientes empresas:

- ASOCIACIÓN BAMBOLEA (G86118759)
- SPORTMADNESS EVENTOS, S.L. (B86397205)

La documentación presentada por los licitadores es correcta por lo que se acuerda su admisión.

Se procede a petición de la Mesa, celebrada el 26 de marzo de 2026, a las 10.00 horas, a valorar mediante el presente informe técnico la “Documentación técnica relativa a los criterios de adjudicación cuya cuantificación depende de un juicio de valor” presentada por los licitadores anteriormente mencionados.

CRITERIOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR ESTABLECIDOS EN EL PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES

De conformidad con lo señalado en el apartado 10.1 del cuadro de características del contrato, recogido del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares que ha de regir dicho contrato de servicios, a adjudicar por el procedimiento abierto y pluralidad de criterios, se valorará hasta con 46 puntos los siguientes criterios cuya cuantificación dependa de un juicio de valor:

9.2.2.1.- Valor de la creatividad, innovación, calidad, novedad y diversidad del proyecto, (máximo 26 puntos).

Se valorará hasta con 10 puntos la *creatividad e innovación del proyecto* presentado.

Se valorará hasta con 11 puntos la *calidad, novedad y diversidad de la Programación*, ofreciendo espectáculos con temática ligada al mundo de la fantasía, vinculando dichas actuaciones al comercio local de las localidades participantes.

Se valorará con hasta 5 puntos la *calidad, diversidad y el cumplimiento del objetivo de fomento del consumo responsable en las actividades de carácter recreativo e interactivo* dirigidas a un público de todas las edades propuestas por la empresa licitante en su *Programación*.

9.2.2.2.- Recursos técnicos y materiales puestos a disposición para la ejecución del contrato, hasta un máximo 10 puntos.

Se valorará hasta con 5 puntos la *cualificación* (currículum y experiencia en proyectos de características similares) *del personal* asignado para la ejecución del contrato.

Se valorará hasta con 5 puntos la *calidad de los materiales* empleados, que sean necesarios para la *tematización* de los espacios en los que se desarrollará la campaña.

9.2.2.3.- Plan de actividades que contemple: servicios ofertados, organización y gestión del tiempo y espacios; protocolos de actuación, normas generales de funcionamiento, la gestión estratégica de espacios y tiempos de ejecución, incluyendo la organización, desarrollo y cierre del proyecto, contemplando la responsabilidad del proyecto y la organización de un equipo de trabajo para realizar las diferentes actividades y trabajos que incluye el proyecto (máximo de 10 puntos).

Se valorará hasta con 5 puntos el *grado de detalle de la descripción del plan de actividades*.

Se valorará hasta con 5 puntos el *grado de aprovechamiento de espacios y distribución de los tiempos de desarrollo de las acciones incluidas en el plan de servicios y actividades ofertados*.

VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS PRESENTADAS:

1.- VALOR DE LA CREATIVIDAD, INNOVACIÓN, CALIDAD, NOVEDAD Y DIVERSIDAD DEL PROYECTO, HASTA UN MÁXIMO DE 26 PUNTOS:

- **Creatividad e innovación del proyecto (máximo 10 puntos)**

PROPUESTA SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.:

La empresa **SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.** propone la creación de un espacio tematizado denominado “el Barrio Mágico del Comercio”, concebido como un espacio simbólico donde la actividad comercial se integre en una experiencia de ocio familiar.

La estrategia de dinamización comercial se basa en distintas dinámicas de participación invitan al público a recorrer el evento y a descubrir los comercios del municipio, entre las que se encuentra el Pasaporte del Barrio Mágico, que actúe como hilo conductor de la experiencia del visitante y permite convertir el recorrido por el evento en una actividad participativa.

El pasaporte se entrega a los visitantes en el punto de bienvenida del evento, ubicado en la Oficina del alcalde del Barrio Mágico, al inicio del recorrido por el espacio tematizado.

El Pasaporte del Barrio se presenta en formato impreso, con una estética gráfica coherente con la identidad visual de la campaña Comercios Mágicos y con el concepto narrativo del Barrio Mágico.

El documento incluye:

- un mapa del Barrio Mágico que permite al visitante identificar las distintas casetas del evento
- los espacios destinados a recoger los sellos de cada comercio mágico
- referencias al juego de pistas vinculado al evento
- información básica sobre la dinámica de participación

A lo largo del evento, los visitantes pueden participar en las actividades que se desarrollen en las diferentes casetas del Barrio Mágico. Cada una de ellas dispone de un sello propio que se estampa en el pasaporte una vez completada la actividad correspondiente.

Una vez completado el recorrido del juego, los participantes pueden dirigirse a la Casa de los Regalos del Barrio, donde se desarrollan las dinámicas de recompensa vinculadas a la campaña.

Señalar en cuanto al Pasaporte que aunque la idea es ciertamente innovadora, promueve una mayor estancia del público asistente a dicho espacio, si bien, no creemos conveniente que incluya actividades o visitas a “algunos comercios adheridos del municipio”, sin concreción de la forma de participación ni criterio de selección de los mismos, tal y como indica la oferta, en su página 8, ya que la campaña “Comercios Mágicos” está concebida para promover e incentivar la máxima participación de establecimientos comerciales de los municipios destinatarios de la misma, sin ventajas o consideraciones que puedan resultar discriminatorias. Todos deben partir de la misma situación y con los mismos beneficios para que el programa resulte ventajoso para todos los comercios participantes.

En cuanto al espacio tematizado, incluye espectáculos en la plaza central con la participación libre del público en las distintas actividades distribuidas en las casetas del barrio.

La programación se estructura en tres elementos principales:

- Actuaciones artísticas programadas, que funcionan como momentos de concentración del público. El evento incluye tres actuaciones artísticas de 20 minutos de duración cada una, que se desarrollan en la Plaza del Barrio, espacio central del Barrio Mágico del Comercio.

Los espectáculos los ligan directamente al mundo de la magia e ilusionismo y espectáculos circenses.

- Actividades participativas en las casetas del Barrio Mágico, que se desarrollan de forma continua. El espacio tematizado está compuesto por 10 casetas funcionales del Barrio Mágico, que integran la totalidad de funciones del evento:

- 1.- Oficina del alcalde del Barrio Mágico Punto de bienvenida. Recepción de visitantes, entrega del Pasaporte del Barrio y explicación del funcionamiento del evento.

- 2.- Tienda de los Trucos. Taller participativo. Demostración y aprendizaje de pequeños trucos de magia.

- 3.- Taller de los Oficios Mágicos Juegos de habilidad.

- 4.- Librería de las Historias del Barrio. Narración.
- 5.- Laboratorio de Ilusiones. Experiencia visual
- 6.- Escuela de Magia Familiar. Taller intergeneracional.
- 7.- Mercado de los Objetos Imposibles Espacio de curiosidades.
- 8.-Cámara de los Secretos del Comercio. Juego de enigmas.
- 9.- Rincón del Comercio Responsable. Actividad educativa.
- 10.- Casa de los Regalos del Barrio. Punto de recompensa. Canje de recompensas del Pasaporte del Barrio y entrega de merchandising de la campaña

Todas estas actividades o como se denomina en la oferta “Experiencias” cuentan con fichas individualizadas contenidas en el Anexo I de la oferta.

Señalar que en algunas de las actividades no se detalla o describe suficientemente su relación con el comercio de proximidad, como es el caso del 3 “Taller de los Oficios Mágicos”, no se detalla en qué consistirán esos retos inspirados en oficios tradicionales del comercio local.

Por otra parte, incluyen juegos y acciones sin conexión directa al comercio o a la actividad comercial como es el caso de la experiencia 2 “Tienda de los Trucos”, la relación es la “similitud de la magia con la transmisión de saberes en los oficios tradicionales”, lo que consideramos que no tiene una vinculación directa ni clara con la actividad comercial de proximidad. Lo mismo sucede con la 5 “Laboratorio de Ilusiones”, que establece un paralelismo entre la percepción y la experiencia de compra, sin concreción ni detalle, o la experiencia 6 “Escuela de Magia Familiar” estableciendo “similitudes” entre la colaboración entre generaciones, lo que, a nuestro parecer, no tiene una conexión clara ni directa con la actividad comercial.

Tampoco queda clara la naturaleza de los objetos imposibles de la experiencia 7, ni su relación con el comercio, pues no se describen algunos de ellos ni existen ejemplos de lo que se va a visualizar por parte del público.

Por otra parte, una de las experiencias descritas, “aparentemente” más directamente relacionada con el comercio es la 9 “Rincón del Comercio Responsable”, no describe ni las dinámicas participativas ni los juegos de los que habla la ficha del Anexo I, por lo que no podemos valorar el grado de relación de dichas actuaciones con el comercio responsable.

Por último, en cuanto al juego de pistas, reiterar lo comentado anteriormente en la valoración del pasaporte, puede resultar discriminatorio, en tanto en cuanto, no engloba la visita a la totalidad de los comercios adheridos a la campaña y no concreta de qué forma incentivaría el recorrido por áreas o zonas comerciales, al margen de la entrada en establecimientos concretos.

- Animación del evento, a cargo del alcalde del Barrio Mágico, que actúa como maestro de ceremonias y dinamizador del espacio.

Por lo anteriormente expuesto, se valora con **6 puntos** la creatividad e innovación del proyecto presentado por la SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.

PROPUESTA ASOCIACIÓN BAMBOLEA:

La ASOCIACIÓN BAMBOLEA

Se propone un proyecto consistente en una feria sita en un espacio tematizado al aire libre de 500 metros cuadrados donde se instalan 12 casetas y 19 actividades y los espacios destinados a espectáculos se integran, recreando un espacio comercial, a modo de Feria Mágica, donde algunas de las casetas que albergan los juegos, representan diferentes comercios locales y en ellas los participantes pueden realizar diferentes actividades que compartirán con amigos y familiares, con el objetivo de que sea un lugar de encuentro y diversión en el que puedan descubrir la utilidad y los beneficios del comercio de cercanía.

Las casetas están compuestas por 12 carpas abiertas de 4 m²., este aspecto es importante de cara a los eventos que tienen lugar durante los meses estivales ya que el calor unido a espacios sin sombra puede convertirse en un elemento desincentivador para la asistencia a la Feria.

Se valora muy positivamente el incremento de casetas con respecto al número mínimo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas (10). Se incrementa el número de carpas hasta un total de 12 unidades, lo que supone un 10%. Sin duda, esto supondría un programa más amplio de juegos y actividades lo que aporta riqueza a la programación y un mayor atractivo al evento.

Las denominadas actividades mágicas propuestas son las siguientes:

- 1.- Arco mágico, el acceso a la feria se realizaría a través de un pórtico decorado con una altura de 4 m lo que le permitiría ser visto desde la distancia. En los laterales del pórtico, colgarán banderolas con el logotipo de Comercios Mágicos,

para indicar a todo el que se acercase, que, al atravesarlo, se estaría introduciéndose en un mundo de diversión y fantasía. Lo valoramos muy positivamente pues es un elemento atractivo para el reconocimiento de la ubicación del evento, integrando las imágenes de la campaña.

2.- La tienda de regalos, el público tendría que realizar alguna compra en los comercios adheridos a la campaña y canjear sus tickets de compra por regalos. Este kiosco sería una carpa cerrada con mostrador, de 2x2 m. En ella, dos azafatas recibirían al público asistente y les ofrecerían los distintos regalos a los que pueden optar según los tickets aportados.

3.- Tattoos/glittering (centro de estética), en ella los participantes podrían realizarse un tatuaje mágico con aerógrafo o maquillarse con brillos y purpurinas, de la mano de una especialista en glittering. Se trata de una actividad muy relacionada con el sector comercial por la venta de productos cosméticos en establecimientos de estética.

4.- Tienda de hechizos (Academia de cocina), el público tendría que introducir las manos en el caldero misterioso y tan solo con el tacto, adivinar que ingredientes esconde la pócima para reproducirla y de esta manera, completar el suyo.

5.- La Boutique Mágica, los participantes dispondrían de diferentes elementos de atrezzo relacionados con el mundo de la magia (capas, sombreros, varitas, etc.) con los que se podrían caracterizar como si fuesen auténticos magos y magas, para posteriormente hacerse una fotografía mágica en la que la perspectiva de esta, daría la sensación de ser una fotografía realizada desde la ventana de la casa de cualquier vecino del barrio. Ventana en la que, al asomarse, también pueden observar los comercios del barrio. Esta actividad está muy directamente relacionada con el sector comercial.

6.- Sombrerería, los niños y las niñas, podrían probar su puntería y habilidad, tratando de encestar la pelota dentro del sombrero de copa gigante que posteriormente expulsaría la pelota por su larga lengua, para que esta volviera a ser tirada por el siguiente participante.

7.-La Escuela de Magia, donde se realizarán 3 espectáculos diarios de 30 minutos, en los que se incluirá un espectáculo de magia, acorde con la temática del evento, de los que podrá disfrutar los espectadores en su visita a la feria de los Comercios Mágicos. La duración de los espectáculos es superior a la planteada por la empresa SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.

8.- La tienda de varitas, el público infantil visitante podría construir su propia varita mágica para poder realizar hechizos y conjuros con la seguridad de un auténtico profesional de la magia.

También en la tienda, podrían realizar una insignia personalizada para llevarse de regalo y que haría que todo el mundo les reconociera como aprendices de mago y maga.

9.- La Tienda de las Chuches, donde adquirir, no especifica si de forma gratuita, palomitas u otras chucherías. Actividad relacionada directamente con sector comercial

10.-La Cordelería Mágica, los participantes encontrarían un divertido juego en el que tendrían que ir organizando los ovillos de hilo en una serie de varitas mágicas, hasta conseguir que todos estuvieran colocados por colores. Para ello tendrían que cumplir unas sencillas normas que les harían pensar y organizar estrategias para conseguir finalizar el juego de forma exitosa. Actividad relacionada directamente con sector comercial.

11.- La Tienda de Variantes Mágica, en el que los visitantes tendrían que conseguir subir una aceituna a la parte alta utilizando una serie de cucharas de madera que estarán introducidas dentro del panel y que solo se podrán manejar con el tramo del palo que asoma al exterior. Actividad relacionada directamente con sector comercial de alimentación.

12.- La Academia de Idiomas Mágicos, los participantes tendrían la oportunidad de acercarse a la lengua de signos. Cuando pasasen a jugar, encontrarían tarjetas que contendrían dibujos con manos representando las diferentes letras del lenguaje de signos.

Cada participante podría buscar entre todas ellas, las letras que compongan su nombre, colocarlas por orden en una pizarra e imitar los gestos que sugieren para de este modo, aprender a representar su propio nombre con las manos y conocer un poquito ese lenguaje.

13.- La Relojería Mágica, los participantes encontrarían una diana que tendría dibujado un reloj. En ella, y lanzando una pelota, tendrían que apuntar al lugar según la indicación horaria que les daría el monitor encargado de la actividad, y atinar en el número correcto para poner el reloj en hora. Actividad relacionada directamente con sector comercial.

14.- Magicgolf, los participantes tendrían que meter la pelota en el agujero, pero en este caso, utilizarían como palo, una escoba.

15.- La Juguetería, los jugadores tendrían que colar una anilla en una serie de varitas colocadas de forma vertical. Las varitas estarían situadas a una distancia prudencial para poner a prueba la puntería y la habilidad de quien quisiera acercarse a jugar. Actividad relacionada directamente con sector comercial.

16- Juegos estivales, plantean dos juegos concretos para la época más calurosa como son:

- La pescadería, los participantes tendrían que realizar un circuito, llevando un vaso que estaría sostenido en una cuerda, empujándolo con el chorro a presión, proveniente de una pistola de agua. Actividad relacionada directamente con sector comercial.
- El estanque misterioso, los niños y las niñas tendrían que buscar diferentes elementos escondidos en el fondo de este. Para dificultar esta labor, sus aguas estarían teñidas con materiales hipoalergénicos, que formarían una película en el agua que no permitiría que se viera el fondo y su contenido.
- Limonade Shop, los participantes disfrutarían de una piscina de agua con limones, que se canalizaría mediante un sencillo sistema de tubos, hasta llegar a sus vasos.
- La perfumería, donde el público encontraría una serie de difusores que contendrán diferentes fragancias refrescantes y veraniegas, que evocarían olores de naturaleza y vida (frutas frescas, plantas...) y que tendrían que adivinar tan solo con olerlas. Actividad relacionada directamente con sector comercial.

Destacar que los juegos estivales planteados utilizan el recurso del agua para refrescar a los visitantes lo que incentiva la permanencia en el evento y dinamiza el consumo. Se valora positivamente que se trate de una feria adaptable a la situación climatológica que se presente en cada momento. Pudiendo cambiar juegos y actividades si las circunstancias así lo requieren.

Algunas de las casetas representan, de forma divertida, a su establecimiento real creando una relación positiva entre ocio y comercio local. Las actividades que se desarrollan en los diferentes lugares están pensadas para ser disfrutadas tanto por niños como por adultos. Actividades intergeneracionales en las que los más mayores, pueden compartir juegos y diversión con los más pequeños.

Los juegos y actividades planteadas en las diferentes casetas son descritos, de forma individualizada, aportando un apartado de información técnica que incluye medidas, altura máxima y materiales.

Desde el punto de vista de la innovación, destacan como elementos atrayentes y vistosos y dinamizadores, una gran parte de ellos muy conectados con la actividad comercial, de forma que introducen, de forma didáctica, al sector comercial a los visitantes de edades tempranas.

Es interesante destacar la versatilidad de las actividades propuestas ya que se adaptan, en primer lugar, a todo tipo de público, desde edades tempranas con juegos más infantiles como la tienda de hechizos o la juguetería o público adolescente y adulto como la perfumería, tienda de variantes, academia de idiomas, ente otros.

Todas estas actividades acercan y proporcionan un conocimiento de los diversos sectores comerciales a un amplio espectro de personas, clientes y potenciales clientes futuros, como es el público infantil, lo que contribuye a divulgar la importancia y los valores propios del comercio de proximidad, muy alineado con el objetivo de esta estrategia promocional.

La oferta indica que los colores de las carpas serán variados y serigrafiados con el logotipo de campaña, para dar un aspecto alegre e intrusivo, así como proporcionan un aspecto de uniformidad tanto en la imagen como en el mensaje, con la reiteración del logotipo de campaña.

A todo ello, se suma la adaptabilidad de las actividades propuestas a las diferentes condiciones climatológicas que imperen en el momento, así, en época estival predominan los juegos y elementos más refrescantes.

Esta adaptabilidad de las actividades permite en época de mayor calor asegurar la afluencia de público a la Feria, de forma que sea agradable la permanencia en la misma. A ello se suman los elementos que proporcionan zonas de sombra y frescor, con una superficie contemplada en la oferta de más de 250 metros cuadrados, lo que representa el 50% del espacio total de la feria, 12 carpas ,3 dobles, 16 difusores de agua autónomos, que se repartirán por las diferentes zonas de juegos y espectáculos y 30 sombrillas, un número muy superior a lo planteado por SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.

Asimismo, valoramos de forma positiva, el planteamiento de la oferta en cuanto a la animación previa al evento. Además de los dos elementos móviles que prevé el Pliego de Prescripciones Técnicas, una hora antes de que comience la feria, 4 artistas vuelven a pasear informando de las actividades en la que pueden participar y de las ventajas de llevar tickets de compra de los comercios cercanos al Kiosco. Estos artistas disponen de megafonía y amenización musical.

Es importante la animación horas antes del inicio de la Feria para además de dar mayor visibilidad a la misma, captar a todos aquellos que no han visto la previa por lo que incrementa el número de potenciales visitantes a la misma.

Dicho proyecto, incluye elementos diseñados (según se indica en la propuesta) exclusivamente para esta campaña, por lo que estamos ante una oferta altamente innovadora, que pretende dar una visibilidad clara a las zonas o áreas comerciales típicas de los barrios o localidades que conforman nuestra Región.

Asimismo, la señalética que cuenta qué actividad hay en cada tienda y los horarios de los espectáculos está impresa en telas que pueden tener los colores de la campaña o colores relacionados con la actividad que anuncian.

Estas telas estarán sujetas por un listón que permite que no se arruguen y estén siempre en perfecto estado para ser leídas, lo que facilita la comprensión en la realización de las actividades.

Todo ello amenizado por un equipo exclusivamente dedicado a dinamizar el evento, entre los que se encuentra un Speaker mágico.

Por lo que respecta al número de unidades de elementos promocionales, destacamos el notable incremento de los mismos con respecto a los mínimos establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

Así pues, por lo que respecta a la innovación del proyecto, la propuesta técnica presentada por la ASOCIACIÓN BAMBOLEA contiene un completo programa con elementos lúdicos y promocionales “on y off line” dirigidos a incentivar el consumo y las ventas en los municipios participantes.

Desde el punto de vista de la **creatividad**, destaca la original propuesta de estética realizada de una forma original, altamente atrayente y a la vez práctica.

La propuesta de la Asociación Bambolea se basa en la variedad y diversidad de personajes mágicos. Por ello, los diseños de vestuario y maquillaje trabajarían una amplia gama de personajes inspirados en diferentes imaginarios del mundo de la magia.

Entre ellos proponen encontrar magos clásicos inspirados en el estilo de los espectáculos de Las Vegas, brujos, hadas, alquimistas, magos venidos del lejano oriente y otros muchos personajes fantásticos que aportarán riqueza visual y narrativa a la propuesta.

En el ámbito comercial, la experiencia en materia promocional demuestra que la estética tiene un importante impacto en la calidad percibida por el usuario, pues el consumidor prefiere aquel producto presentado de forma más atractiva.

Por ello, destacar que la propuesta contiene una descripción detallada tanto de las actividades como de los elementos de atrezzo, desde el punto de vista estético,

Además de las propias casetas, constituyen un elemento atrayente y vistoso la propia vestimenta y caracterización personalizada de los monitores y artistas que las atienden, acordes en su vestuario y maquillaje dentro del ambiente de la Feria, con predominio de los colores morados, verdes y amarillos.

El vestuario del resto de artistas y técnicos es confeccionado al detalle. Las telas utilizadas en la confección de los vestuarios serían, en su mayor parte, telas naturales, buscando siempre comodidad y transpirabilidad, con una estética acorde con el universo mágico de la propuesta.

No obstante, para determinadas destrezas escénicas y movimientos propios de algunos personajes, será necesario complementar estos materiales con tejidos elásticos, como la licra o el punto de seda, que permiten una mayor libertad de movimiento y facilitan la realización de acciones escénicas.

Se aportan imagen de propuesta de vestuario en la oferta.

Además, se utilizarán prendas y combinaciones de vestuario diferentes según el momento del año y las condiciones climatológicas, adaptando los trajes para ofrecer comodidad y funcionalidad tanto a los artistas como al desarrollo de las actividades.

Se trata de una idea original, desde el punto de vista creativo, por el atractivo que ese tipo de vestuario puede generar en el público asistente realizando un efecto “llamada” a visitar la Feria.

Desde la perspectiva creativa, también llama la atención que planteen diferentes tipos de vestuario, diferenciando a los artistas que realizan los diferentes espectáculos.

Asimismo, se tiene en cuenta la climatología. El personal vestirá con un vestuario más de abrigo para días más frescos y para los días de mucho calor y contando con que se incluye el agua como elemento refrescante en las actividades, algunos de los animadores/artistas llevan vestuario acorde al verano.

La propuesta del maquillaje que se realiza con maquillajes profesionales y que está diseñado acorde con el vestuario de cada uno de los personajes, garantizando durabilidad y comodidad para los artistas. Para ello se utilizarían materiales respetuosos con el medio ambiente, elaborados a partir de gel ecológico de aloe vera y purpurinas biodegradables elaboradas con láminas de papel.

Cada personaje tendrá un maquillaje específico relacionado con su vestuario, tanto en temática como en colores, dando lugar a una gran variedad de estilos, todos ellos unidos por la calidad de los materiales y por su vinculación con el universo mágico que define la propuesta.

Por lo anteriormente expuesto, se valora con **9 puntos** la creatividad e innovación del proyecto presentado por la ASOCIACIÓN BAMBOLEA.

- **Calidad, novedad y diversidad de la Programación de los espectáculos (máximo 11 puntos)**

PROPUESTA DE LA SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.:

Por lo que respecta a la calidad, novedad y diversidad de la Programación, la oferta de la SPORTMADNESS EVENTOS, S.L., incluye la realización de tres actuaciones artísticas de 20 minutos de duración cada una, que se desarrollan en la Plaza del Barrio, espacio central del Barrio Mágico del Comercio. Consideramos escaso el tiempo de desarrollo de estos espectáculos.

En función de estos criterios, la programación artística combinará diferentes tipologías de espectáculo, como magia escénica familiar, magia cómica o números visuales de carácter circense. En todo caso, la programación incorporará al menos una actuación específica de magia, conforme a lo exigido en el PPT.

No describen qué tipo de números visuales o circenses van a tener lugar en ese espacio central, ni tampoco el horario concreto de todas las actuaciones

programadas, tan solo pone un ejemplo del horario de tarde en la página 40 de la oferta.

Por otra parte, no describe vestuario ni caracterización, tan solo indican que serán coherentes con el universo del Barrio Mágico, indicando un número de unidades de chalecos temáticos, sombreros y accesorios, delantales temáticos y complementos escenográficos. Señalan que los materiales serán textiles resistentes, lavables y reutilizables.

Asimismo, en cuanto a los elementos de tematización y decoración indica que serán ligeros y de fácil transporte, incluyendo un número de unidades de estrellas y guirnalda que, a nuestro parecer, debido a la extensión y tamaño del espacio tematizado, resulta insuficiente y poco atractiva. No describe disposición de los mismos ni colores.

Por lo anteriormente expuesto, se valora con **5 puntos** la calidad, novedad y diversidad de la Programación de los espectáculos presentada por SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.

PROPUESTA DE LA ASOCIACIÓN BAMBOLEA:

La oferta incluye tres espectáculos, de 30 minutos cada uno, diferentes entre sí, uno de ellos de magia. No especifican en qué consistirán los números no basados en el ilusionismo. Si bien, señalar que, a la vista de los currículums aportados, las actividades serían desarrolladas por auténticos profesionales, con una dilatada carrera profesional, en el sector, según acreditan.

La caracterización (vestuario, peinado y maquillaje) y puesta en escena de la compañía señalan que es cuidada, ajustada evento y en completa alineación con la temática de fantasía. En este caso el vestuario se confecciona en exclusiva para la campaña. La oferta incluye imagen de la propuesta de caracterización, con definición de colores predominantes.

Se valora positivamente la duración de los espectáculos de 30 minutos cada uno, incrementando un total de 30 minutos, con respecto a la oferta de SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.

Esta amplitud de horario permite una mayor permanencia del público en la Feria, lo que redundará en una mayor permanencia en la Feria lo que produce mayor intensificación e interiorización del conocimiento del comercio de proximidad.

Respecto a la distribución del espacio destinado al desarrollo de los espectáculos indicados, de la cual se ofrece un plano en la página 6 de la propuesta, la separación y la localización de cada una de las carpas, nos parece adecuada para facilitar la regulación del flujo de visitantes a la Feria.

Destacar en cuanto a los elementos decorativos, la oferta incluye en el apartado de recursos materiales una descripción detallada, indicando medidas, de los elementos a emplear en las casetas y espacios lúdico-artísticos. Destaca la numerosa relación y diversidad de dichos recursos. Complementando a todos ellos, la oferta propone la instalación de 100 metros de banderines reciclados para la decoración de la feria.

Por lo anteriormente expuesto, se valora con **8,5 puntos** la calidad, novedad y diversidad de la Programación de los espectáculos presentada por la ASOCIACIÓN BAMBOLEA

- **Calidad, diversidad y el cumplimiento del objetivo de fomento del consumo responsable en las actividades de carácter recreativo e interactivo dirigidas a un público de todas las edades propuestas por la empresa licitante en su Programación (máximo 5 puntos).**

PROPUESTA SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.:

El proyecto incorpora de forma transversal criterios de sostenibilidad ambiental, entendiendo el comercio de proximidad como un modelo de consumo responsable. En este sentido, la propuesta prioriza el uso de materiales reutilizables, la reducción de elementos de un solo uso y la optimización de recursos en la producción del evento, alineando la dinamización comercial con los principios de sostenibilidad promovidos por la Comunidad de Madrid.

Esto se materializa en:

- Dinámicas de juego vinculadas a hábitos de consumo sostenibles
- Integración de mensajes de apoyo al comercio de proximidad en la narrativa del evento
- Utilización prioritaria de materiales reutilizables en la ambientación y las actividades

- Reducción de elementos de un solo uso en la producción del evento, • incorporación de puntos de reciclaje en el espacio del Barrio Mágico,
- Uso de materiales impresos en soportes reciclados o con certificación FSC o equivalente.

La oferta de SPORTMADNESS EVENTOS, S.L. realiza una descripción, que consideramos adecuada, de los materiales empleados, en el apartado 2.2 de su oferta, en las carpas y equipamiento interior, así como en lo relativo al sistema de sonido, iluminación y suministro eléctrico. Indican que se dimensiona para optimizar el consumo energético del evento, evitando sobredimensionamientos innecesarios y priorizando equipos de bajo consumo, lo que valoramos positivamente.

Los soportes se producirán en materiales rígidos reutilizables (PVC o foam de alta densidad). Todos los elementos estarán diseñados para su reutilización a lo largo de la campaña lo que valoramos positivamente y está en línea con el fomento de consumos responsable.

A la vista de lo anterior, se valora con **4 puntos** la calidad, diversidad y el cumplimiento del objetivo de fomento del consumo responsable en las actividades de carácter recreativo e interactivo dirigidas a un público de todas las edades propuestas por SPORTMADNESS EVENTOS, S.L. en su programación.

PROPUESTA DE LA ASOCIACIÓN BAMBOLEA:

El proyecto de la ASOCIACIÓN BAMBOLEA está comprometido con el fomento de una serie de valores, que se desprenden del comercio local, entre los cuales se encuentran:

- Fortalecimiento de la economía local
- Creación de empleo
- Mejora de las relaciones vecinales
- Reforzar la cohesión social
- Contribuir a la creación de barrios vivos
- Ser el motor económico
- Ofrecer trato cercano
- Reducir el impacto ambiental acortando trayectos en las compras
- Favorecer el consumo responsable

La propuesta oferta las actividades de carácter recreativo e interactivo, con utilización de materiales que integran el reciclaje y la reutilización. Ejemplo de ello es la utilización de telas naturales o maquillajes biodegradables.

En la descripción de los recursos materiales señalan que el vestuario empleado por artistas y técnicos es reutilizable.

En cuanto a los elementos promocionales, en el caso del material en papel se señala que se trata de fibra virgen procedente de bosques de gestión sostenibles con el certificado FSC, PEFC o en su defecto papel reciclado con un mínimo de 85% de fibras reutilizadas y con blanqueo libre de cloro.

Destacar que, según su oferta, las papeleras previstas en la Feria para recogida de residuos cumplirían con los criterios de reciclabilidad.

También se incluye una estrategia bioclimática, muy conveniente en época estival que incluye difusores de agua autónomos, minipiscina, canalones, bidones de agua, vasos, jarras, etc.

Por otra parte, en la línea de fomento del consumo responsable, el plan de promoción contempla el lanzamiento de mensajes relacionados con los beneficios del consumo en el comercio local, reducción de emisiones generadas por el transporte, etc.

Señalar que en todas las actividades interactivas y de ocio propuestas por la ASOCIACIÓN BAMBOLEA puede participar público de todas las edades.

Un aspecto muy importante a destacar es el aspecto que contemplan de la inclusión, adaptando todas las actividades para que puedan participar personas con diversidad funcional, discapacidad visual o auditiva. Esto favorece que la acción promocional sea mas integradora, incrementando el potencial número de visitantes y favoreciendo la accesibilidad a la misma, lo que puede producir un aumento del consumo e incremento de las ventas en el comercio local.

A la vista de lo anterior, se valora con **5 puntos** la calidad, diversidad y el cumplimiento del objetivo de fomento del consumo responsable en las actividades de carácter recreativo e interactivo dirigidas a un público de todas las edades propuestas por la ASOCIACIÓN BAMBOLEA en su Programación.

CUADRO RESUMEN

LICITADOR	SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.	ASOCIACIÓN BAMBOLEA
1. Valor de la creatividad, innovación, calidad, novedad y diversidad del proyecto (hasta 26 puntos)		
•Creatividad e innovación Proyecto (<u>hasta 10 puntos</u>)	6	9
•Calidad, novedad, diversidad y vinculación comercio local <i>espectáculos</i> (<u>hasta 11 puntos</u>)	5	8,5
•Calidad, diversidad y el cumplimiento objetivo consumo responsable <i>actividades interactivas</i> (<u>hasta 5 puntos</u>)	4	5
Total apartado 1	15	22,5

2.- RECURSOS TÉCNICOS Y MATERIALES PUESTOS A DISPOSICIÓN PARA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO, HASTA UN MÁXIMO 10 PUNTOS.

- **Cualificación (currículum y experiencia en proyectos de características similares) del personal asignado para la ejecución del contrato (máximo 5 puntos).**

PROPUESTA SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.:

La propuesta de SPORTMADNESS EVENTOS, S.L. incluye una descripción detallada, con aportación de currículum, y enumeración de funciones del equipo técnico, encargado de la coordinación general del proyecto.

No se detalla, ni aporta currículum del personal asignado a la captación de comercios, aunque sí se describen, con carácter general las funciones de los captadores y se detalla el plan de captación en el apartado 3.2 de la oferta.

Respecto al ámbito artístico y de animación, cuestión que nos parece relevante para el éxito de la iniciativa, pues son los encargados de despertar y mantener el

interés y la atención del público durante el desarrollo del programa, no se especifica, no se aportan curriculum para valoración de la experiencia de los mismos. Tan solo, al igual que el equipo de captación realiza una enumeración, con carácter general, de las funciones de los mismos.

Tampoco se aporta listado o enumeración de experiencias en proyectos de similar naturaleza por lo que no disponemos de referencias previas que puedan ser objeto de consideración.

A la vista de lo anterior, se valora con **2,5 puntos** la cualificación (curriculum y experiencia en proyectos de características similares) del personal asignado para la ejecución del contrato propuesta por SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.

PROPUESTA ASOCIACIÓN BAMBOLEA:

Cabe señalar que desde el punto de vista de la cualificación (curriculum y experiencia) del personal asignado, la propuesta de la **ASOCIACIÓN BAMBOLEA** acredita, tanto la experiencia como la formación circense y de magia necesarias de los miembros del equipo artístico.

La propuesta integra un listado con un total de 26 profesionales, perfectamente identificados, para la realización de tareas de coordinación, personal técnico y de apoyo, equipo de captación, azafatas, personal encargado de tareas divulgativas y personal que realiza las actuaciones artísticas, propiamente dichas y actividades interactivas.

La propuesta incluye la presentación de la compañía, destacando su implicación en otros proyectos de carácter social y de cooperación tanto en España como en otros países del mundo, realizando mención expresa a los mismos.

Aporta extenso listado de clientes, tanto en el ámbito público (Comunidades Autónomas y Entidades Locales), como en el privado (asociaciones culturales y empresas de reconocido prestigio en proyectos de animación), con específica mención a proyectos de promoción comercial de características similares, entre los que se encuentra la campaña “Comercios Mágicos”, ediciones 2020,2021, 2022, 2023, 2024 y 2025. Asimismo, aportan un listado de clientes retail.

Asimismo, demuestra amplia experiencia en el ámbito artístico pues aporta relación de festivales en los que ha participado, tanto nacionales como internacionales.

En los curriculums aportados del elenco artístico, se menciona su formación en prestigiosas universidades, escuelas y compañías circenses y su experiencia en circos tanto nacionales como internacionales. Además, el elenco ha participado en multitud de eventos y festivales de circo tanto en España como fuera de nuestras fronteras.

Asimismo, junto al personal que realiza los espectáculos, identifica a personal destinado a animación, producción, organización, gestión, control técnico, desarrollo web, community manager y captadores, si bien no aporta curriculum de los mismos.

A la vista de lo anterior, se valora con **4,5 puntos** la cualificación (curriculum y experiencia en proyectos de características similares) del personal asignado para la ejecución del contrato propuesta por la ASOCIACIÓN BAMBOLEA.

- **Calidad de los materiales empleados, que sean necesarios para la tematización de los espacios en los que se desarrollará la campaña (máximo 5 puntos).**

PROPUESTA DE SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.:

La oferta de SPORTMADNESS EVENTOS, S.L. realiza una descripción, que consideramos adecuada, de los materiales empleados, en el apartado 2.2 de su oferta, en las carpas y equipamiento interior, así como en lo relativo al sistema de sonido, iluminación y suministro eléctrico. Indican que se dimensiona para optimizar el consumo energético del evento, evitando sobredimensionamientos innecesarios y priorizando equipos de bajo consumo, lo que valoramos positivamente.

Los soportes se producirán en materiales rígidos reutilizables (PVC o foam de alta densidad). Todos los elementos estarán diseñados para su reutilización a lo largo de la campaña lo que valoramos positivamente y está en línea con el fomento de consumos responsable.

Cada caseta contará con un kit de consumibles adaptado a la actividad, incluyendo:

- Materiales de manualidades
- Papelería

- Elementos de juego

Se priorizará el uso de materiales reutilizables o reciclables, reduciendo al máximo el empleo de plásticos de un solo uso.

La ambientación del espacio se construye mediante elementos ligeros y de fácil transporte.

Asimismo, se valora positivamente, la gestión de todos los materiales mediante un sistema de inventario centralizado que permitirá su control y reutilización a lo largo de la campaña.

Por todo ello, se valora con **4 puntos** la propuesta de SPORTMADNESS EVENTOS, S.L. en relación a la calidad de los materiales empleados, que sean necesarios para la tematización de los espacios en los que se desarrollará la campaña.

PROPUESTA ASOCIACIÓN BAMBOLEA:

La propuesta de la **ASOCIACIÓN BAMBOLEA** describe detalladamente las medidas y calidades empleadas, tanto en las casetas, vestuario y atrezzo, como en los elementos utilizados para el desarrollo tanto de las actividades interactivas, como de los espectáculos (madera, aluminio, hierro, tela, papel, etc.).

Todos los elementos empleados siguen una estética homogénea, tanto por el color como por los materiales utilizados.

Los materiales empleados en el evento (casetas, vestuario, decoración, etc.) son diseñados y realizados directamente por el equipo de la Asociación Bambolea, por lo que es valorable su carácter artesanal, diseñados “ex profeso” para la campaña.

Se aportan imágenes del vestuario, señalando que se adaptará a las condiciones climatológicas, y del maquillaje, así como una detallada relación de los recursos materiales con más de 80 elementos a utilizar en las actividades interactivas, estrategias bioclimáticas, ambientación y escenografía, soporte técnico, sonido y otros soportes.

Destacar la calidad de la propuesta de maquillaje, específico para cada personaje, realizado con maquillaje profesional elaborado con gel ecológico de aloe vera y purpurinas biodegradables elaboradas con láminas de papel, muy en la línea de sostenibilidad y respeto al medio ambiente.

Este principio de respeto al medio ambiente y compromiso con la sostenibilidad se aprecia en la mayoría de elementos propuestos, pues utilizan elementos reciclados.

En cuanto a la calidad de los elementos promocionales, señalar que cada uno de ellos se presenta, detalladamente, con imagen y especificaciones de material, peso y medidas.

En cuanto a los equipos de animación (furgoneta con pantalla digital) y sonido se describen indicando tamaño, resolución, potencia y características de los mismos.

Por lo que respecta a las herramientas promocionales, destacar muy positivamente que la microsite se ajusta a la normativa sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con diversidad funcional. a las tecnologías, contenido Web 2.1(WACG 2.1) del World Wide Web Consortium (W3C).

Por todo ello, se valora con **5 puntos** la propuesta de la ASOCIACIÓN BAMBOLEA en relación a la calidad de los materiales empleados, que sean necesarios para la tematización de los espacios en los que se desarrollará la campaña.

CUADRO RESUMEN

LICITADOR	SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.	ASOCIACIÓN BAMBOLEA
2. Recursos técnicos y materiales (hasta 10 puntos)		
•Cualificación del personal (hasta 5 puntos)	2,5	4,5
•Calidad de los materiales (hasta 5 puntos)	4	5
Total apartado 2	6,5	9,5

3.- PLAN DE ACTIVIDADES QUE CONTEMPLE: SERVICIOS OFERTADOS, ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL TIEMPO Y ESPACIOS; PROTOCOLOS DE ACTUACIÓN, NORMAS GENERALES DE FUNCIONAMIENTO, LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE ESPACIOS Y TIEMPOS DE EJECUCIÓN, INCLUYENDO LA ORGANIZACIÓN, DESARROLLO Y CIERRE DEL PROYECTO, CONTEMPLANDO LA RESPONSABILIDAD DEL PROYECTO Y LA ORGANIZACIÓN DE UN EQUIPO DE TRABAJO PARA REALIZAR LAS DIFERENTES ACTIVIDADES Y TRABAJOS QUE INCLUYE EL PROYECTO (MÁXIMO DE 10 PUNTOS).

- **Grado de detalle de la descripción del plan de actividades (máximo 5 puntos).**

PROPUESTA SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.:

Para la valoración del apartado relativo al grado de detalle de la descripción del plan de actividades, la oferta presentada por SPORTMADNESS EVENTOS, S.L., cuenta con un plan de actividades ordenado que comienza por la enumeración de los servicios ofertados en cada municipio, tanto al público visitante como a los comercios adheridos. Señalar, en este punto, que no queda especificado el método de participación de los comercios en la dinámica de los tickets de compra, ni la inclusión en los juegos de pistas u otras dinámicas del Barrio Mágico.

Parece deducirse de la oferta presentada que todos los pasaportes cumplimentados en su totalidad serán premiados, pero no describe cantidad ni premio en cuestión. No queda claro cuantas recompensas van a otorgarse, cuales y con qué criterio.

De otorgarse un pasaporte por visitante, se reduciría el interés del visitante al evento y podría desincentivar el consumo en el comercio local, ya que, en caso de que lo completase, únicamente tendría opción a una recompensa. Desconocemos como podría obtener mayores premios ya que no detalla los requisitos y procedimientos para la entrega de los mismos o canje de tickets. Se desprende, por tanto, que los destinatarios de las recompensas serían, únicamente, quienes completasen la totalidad del recorrido y pruebas, lo que puede resultar un elemento desincentivador para asistir a la feria.

La oferta incorpora un protocolo de atención al público y gestión de incidencias a

través de la caseta de información y del equipo presente en el evento, necesario para el buen desarrollo del mismo.

En cuanto al plan de captación es detallado, si bien, el objetivo de 20-40 comercios por municipio es poco realista, aunque indican que es orientativo, ya que la campaña de 2025 superó el número de 3.000 comercios adheridos. Por otra parte, centra en exceso las comunicaciones, especialmente en que lo que a resultados se refiere, en los ayuntamientos participantes omitiendo el reporte a la Comunidad de Madrid, promotora de la campaña.

Con el fin de mejorar las condiciones de estancia del público, especialmente en los meses de mayor temperatura, se incorporan elementos de sombra y climatización:

- Entre 4 y 6 sombrillas de gran formato (Ø 3 m),
- 2 o 3 velas de sombra tensadas,
- 2 puntos de nebulización

Estos elementos contribuyen a una mayor permanencia del público asistente al evento, especialmente en período estival, lo que redunda positivamente en la dinamización del consumo local.

Asimismo, el evento incorpora medidas básicas de higiene y prevención, adecuadas a su carácter de actividad al aire libre:

- Instalación de dispensadores de gel hidroalcohólico en puntos estratégicos;
- Ventilación natural de las carpas (estructuras abiertas)
- Mantenimiento de condiciones adecuadas de limpieza durante el evento
- Disponibilidad de papeleras y puntos de reciclaje.

Estas medidas garantizarían un entorno seguro para el desarrollo normal de la actividad, lo que otorga un buen grado de confiabilidad para el público asistente al evento.

En cuanto al plan de promoción y comunicación señalar que, en cuanto a la producción de unidades de merchandising y elementos de comunicación y promoción se ajustan a las cantidades previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. Se sugiere, a modo de propuesta orientativa, cinco artículos, con descripción de material y uso, incluyendo la imagen de uno de ellos (bolsa). Destacar que los artículos sugeridos en la oferta no suponen ninguna innovación

con respecto a los entregados en ediciones anteriores de la campaña.

Mencionar que los pasaportes, según página 31 de la oferta, se producirán según afluencia prevista. Queda inconcreta la cantidad mínima de los mismos, por lo que sería aconsejable haber incluido unos umbrales mínimos de producción. Por otra parte, los sellos para comercios, aunque hemos señalado que no nos parece aconsejable una selección excluyendo al resto de comercios adheridos, nos parece insuficiente (20-30 sellos) para garantizar una óptima promoción en municipios de mayor población.

Tampoco describe los elementos de higiene, señalando que se aportarán según necesidad.

Respecto a la microsite establece que contendría información de municipios, fechas, funcionamiento del evento y contenidos de campaña. No menciona nada relativo a accesibilidad de la misma.

No establece plazo delimitado de la campaña en redes sociales, ni especifica las mismas.

En cuanto al apartado de promoción previa, de la página 52 de la oferta, establece que será la difusión de fechas, localizaciones y dinámica de participación, así como la activación de comercios como canal informativo, pero sin concreción de los canales de difusión, tiempos ni descripción de la dinámica de participación de los comercios.

Por lo que respecta a la promoción posterior, tampoco se concretan los canales de difusión de los resultados ni se detallan los canales digitales. Estas comunicaciones no las consideramos relevantes para incentivar el consumo en el comercio local, ya que se trataría de una mera difusión de los impactos de la campaña sin que consideremos que se traten de verdaderas acciones promocionales de incentivación del consumo, una vez finalizado el evento.

El plan de comunicación de la página 53 solo recoge los principios, pero no establece un cronograma concreto con detalle de los canales o soportes de difusión.

El modelo de comunicación lo centra en los ayuntamientos sin mencionar a la comunicación con la Comunidad de Madrid, promotora de la campaña.

En general, no se incluyen cronogramas concretos de los planes de captación, promoción y comunicación.

En cuanto a la encuesta de valoración del programa por el público asistente, se basa, exclusivamente, en una aplicación on line, descargable mediante código QR, que aunque es acorde con las aplicación de tecnología de forma innovadora podría restringir, si no se complementa con otros medios físicos, la participación de público no nativo digital.

Por todo ello, se valora el grado de detalle de la descripción del plan de actividades de la oferta presentada por SPORTMADNESS EVENTOS, S.L. en **4 puntos**.

PROPUESTA ASOCIACIÓN BAMBOLEA.:

Para la valoración del apartado relativo al grado de detalle de la descripción del plan de actividades, la oferta presentada por ASOCIACIÓN BAMBOLEA, y comenzando, dado que es la actividad previa al evento, por la “Captación de comercios participantes”, la propuesta describe una estrategia en cuatro fases estratégicamente organizadas y planificadas que van, desde una primera toma de contacto con el coordinador municipal del programa, pasando por la utilización de herramientas online, a través de la creación de una landing de captación que se incorpora al microsite de campaña con un resumen del contenido y la dinámica del programa. En ella, los comercios que quieran participar a través de una Double opt-in, dan su consentimiento online. Esta acción se complementa con un mailing informativo con un intervalo de 96 horas a la landing de captación. Posteriormente, tras 24 horas, se realiza contacto telefónico con el comercio para explicarles la campaña y proceder a su registro.

En la fase denominada “preparación”, no solo manejarían las bases de datos proporcionadas por los municipios, sino que proponen incorporar bases externas previamente filtradas y cualificadas.

La fase offline incluye acciones de seguimiento para verificar el correcto registro de los comerciantes, se visita a los mismos y se les entrega el material promocional y se procede a la colocación del vinilo.

La última fase es la fase de activación de los comercios en el site de la campaña con sus datos e imágenes.

Consideramos que la fase de captación es muy detallada, completa e intensa ya que en un breve espacio de tiempo se realizan tres acciones online dirigidas a incorporar al mayor número de comerciantes además de la visita posterior a los comercios adheridos.

Por lo que respecta al funcionamiento del espectáculo y actividades, la oferta de la ASOCIACIÓN BAMBOLEA incluye un mapa de situación de los elementos, perfectamente definidos, que componen el evento (página 6) con indicación las zonas de sombra, aunque no proporciona medidas de los espacios entre elementos y pasillos.

Por otra parte, incluyen un protocolo específico en materia Covid, bastante detallado.

Dicho Protocolo trata, entre otras cuestiones, de control de aforo y de distanciamiento social.

En este sentido, la propuesta incluye señalética para informar de las normas de comportamiento relativas al Covid y demás elementos (gel hidroalcohólico, mascarillas y para la compañía)

Asimismo, la oferta realiza una descripción detallada, en el apartado 04 “Normas Covid” de las medidas anti-covid a adoptar por los miembros del equipo, durante el evento y con respecto al público asistente, lo que refuerza la seguridad en el desarrollo de los espectáculos y actividades. Esta descripción aporta una mayor confiabilidad y seguridad en el desarrollo del proyecto.

Siguiendo con el tema de seguridad, la propuesta incluye elementos de seguridad y sanitarios como extintor, manta ignífuga, botiquín, y catenarias que proporcionan una capacidad de respuesta inmediata ante posibles eventualidades que pudieran suceder tanto al equipo de animación como a los visitantes.

Por lo que respecta al bloque “Plan de Promoción”, bloque 05 de la propuesta, destacar que, se incrementa notablemente el número de unidades de elementos promocionales (352.105 unidades) con respecto a los mínimos establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas, véase:

ELEMENTOS PROMOCIONALES RECOGIDOS EN EL PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS	ELEMENTOS PROMOCIONALES OFERTADOS POR ASOCIACIÓN BAMBOLEA
-Un mínimo de 45.000 unidades de merchandising relacionadas con la temática del evento para canjear por tickets de compra.	-96.000 unidades de merchandising, lo que supone un 34.500 mas de previsto en el Pliego.
La cantidad total de unidades de merchandising deberá integrar al	

<p>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.</p> <p>-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.</p> <p>-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.</p> <p>-Producción de cartelería, montaje y desmontaje de elementos promocionales abrazafarolas (mínimo 80 unidades).</p>	<p>La cantidad integra 21 elementos diferentes, 10 dirigidos al público infantil</p> <p>-Diseño, maquetación y producción de 250.000 unidades de flyers personalizados por municipio, tamaño A5,135 gr. doble cara, 4/4 colores, con código QR incorporado de la microsite promocional.(50.000 unidades más).</p> <p>- Maquetación y producción de un número mínimo de 3.000 vinilos en tamaño DIN-A3, para su instalación en lugar visible de los comercios adheridos a la campaña en las distintas localidades (500 unidades más).</p> <p>- Producción de cartelería, montaje y desmontaje de 3.105 elementos promocionales abrazafarolas (3.025 unidades más).</p>
---	--

Este incremento de elementos promocionales redundará en una mayor y mejor promoción del programa, así como mayor satisfacción del público visitante y al recibir mayor cantidad de premios variados y garantiza a los comerciantes una mayor dinamización de sus ventas, pues se incrementa la probabilidad de que la totalidad de tickets presentados obtengan su correspondiente recompensa por lo que se constituye, claramente, como un aspecto incentivador del consumo y, por tanto, dinamizador de las ventas.

Todos los elementos promocionales son detalladamente descritos, con indicación del número de unidades de cada uno de ellos y su correspondiente imagen.

Se prevé en la oferta la figura del “coordinador de merchandising”, el cual se encargaría del transporte y recogida del material promocional.

En cuanto a los elementos innovadores establecidos en el merchandising, destacar como novedad respecto a ediciones anteriores la introducción de los siguientes elementos:

- Palas de playa con tableros integrados de ajedrez, damas y parchís. Fabricada, principalmente, en madera, con mango recubierto en caña de trigo y pelota también en caña de trigo. Incluye figuras de ajedrez, fichas de damas, fichas de parchís y dados. Set presentado en mochila individual algodón con cuerdas de cierre a juego.
- Juego de puntería fabricado en madera. Consiste en colar los aros de cuerda en la base con palos del mismo color (cada color tiene una puntuación diferente). Compacto y cómodo de montar, incluye 12 piezas.
- Set de 24 piezas presentado en estuche de madera para colorear, con cierre y bisagras de metal.
- Set de juegos con raquetas. Incluye:
 - 2 raquetas con mango ergonómico y bordes acolchados, diseñadas para un agarre cómodo y seguro durante el juego.
 - 2 pelotas a juego, fabricadas en material EVA.
 - 1 pluma.

Se trata de elementos promocionales que, en el caso del público infantil o juvenil, son atractivos y divertidos, así como, los dirigidos a un público más adulto, más prácticos lo que provocan, tanto unos como otros, es adquirir tickets de compra y poder canjearlos por los mismos, incrementando el consumo en las diferentes localidades participantes

Este incremento permite una promoción más eficaz y asegura a un mayor número de visitantes a la Feria para recibir su recompensa por las compras realizadas, por tanto, favorece y dinamiza el consumo en los diferentes municipios.

Su propuesta introduce la figura del “coordinador del merchandising”, encargado del transporte y material del mismo. Sin duda se trata de un elemento que proporciona seguridad y eficacia en la divulgación de los elementos promocionales entre el público asistente a la Feria, cuidando de que el material llegue a los mismos a tiempo y en perfectas condiciones.

Por lo que respecta a las herramientas promocionales, en concreto, la microsite describe sus funcionalidades, incluye a modo de guía las fichas de los comercios adheridos (con posibilidad de acceso a su canal de venta), clasificados por actividad y zona comercial. Cuenta con elementos de búsqueda georreferenciada. En la home se prioriza el calendario de eventos en carrusel móvil o los comercios participantes con sus promociones. Esta funcionalidad de la web genera un mayor tráfico a las páginas web de los comercios del municipio lo cual permite un mayor conocimiento de la oferta comercial de los mismos.

Junto a los elementos promocionales descritos detalladamente con indicación de materiales, composición y colores, con aportación de imágenes, conforme al Pliego de Prescripciones Técnicas, la oferta de la ASOCIACIÓN BAMBOLEA incluye, sin coste para los municipios, la realización de 2 piezas creativas ad hoc consistentes en un banner y un gif animado para los sites de los ayuntamientos participantes y asociaciones de comerciantes locales, para aumentar la visibilidad de la campaña en los soportes online.

La propuesta incluye un planning de Social Media, perfectamente definido, con indicación cronológica de la difusión de los post, tweet y stories que se realizarían por municipio. Se propone una campaña de publicidad en Facebook Ads e Instagram Ads geolocalizada por municipio.

Destacar en cuanto a los elementos promocionales offline, concretamente la minienquesta, concretan el número de preguntas, el número mínimo de segmentaciones y porcentaje de visitantes en cada municipio. Asimismo, destinan un equipo de 2 personas encargadas de realizarlo.

La oferta propone la utilización del hashtag # quierounaescapadamagica para lanzar un concurso en el cual los seguidores de la campaña deben demostrar que son fans del comercio de su municipio subiendo una fotografía de sus tickets de compra a través de un formulario habilitado en el microsite de campaña (www.comerciosmagicos.com/formulario).

Se realizan 2 concursos por municipio: Un concurso que comienza con una antelación de 15 días sobre la fecha del evento y un segundo concurso que comenzará en la fecha del evento y finalizará 15 días después (de esta forma la duración de la promoción es de un mes por municipio). Aquella persona que sube más tickets de su localidad a la plataforma en cada concurso gana una escapada de una noche con desayuno para dos personas en Paradores valorado en 200 euros.

El primer premio del concurso se entrega en la última hora del día del evento y en mano, por lo que el ganador deberá presentarse en la feria.

Respecto al segundo concurso se entrega 15 días después de la fecha del evento. Se contacta con el ganador y el premio se entrega en dependencias municipales.

Los ganadores/as se publican en la web y en los diferentes perfiles de la campaña en (stories).

Estos dos concursos intensifican la promoción, tanto previa como posterior a la Feria, por lo que los comerciantes obtienen una mayor visualización, potenciándose las compras en los establecimientos de cada municipio durante un período de tiempo más prolongado.

La oferta se completa con 1 furgoneta por municipio con pantallas digitales gigantes dobles (ambos lados) de 8 m² y resolución máxima de 1920×1080, con megafonía y vinilos de campaña en trasera, delantera y laterales que promocionan el evento el mismo día (mañana) durante 4 h.

El resto de elementos promocionales se ajustan a lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas que rige el presente contrato.

Por otra parte, destacar el grado de detalle del apartado 03 “Recursos Materiales”, en los que se describe el vestuario del elenco artístico, maquillaje y decoración. En concreto se mencionan más de 80 elementos empleados en escenografía, soporte técnico de sonido, soporte para las actividades, los cuales incluyen los elementos de estrategia bioclimática, y otros elementos de carácter sanitario como existencia de botiquín, extintores, catenarias, mascarillas, entre otros.

Se trata de una enumeración exhaustiva y detallada que refleja la completa equipación del personal, estructuras y elementos empleados para la implementación de las actividades y actuaciones, así como todo lo destinado a limpieza de espacios y utensilios, finalizando por los elementos destinados a la prevención y cumplimiento del protocolo Covid.

Por todo ello, se valora el grado de detalle de la descripción del plan de actividades de la oferta presentada por ASOCIACIÓN BAMBOLEA en **5 puntos**.

- **Grado de aprovechamiento de espacios y distribución de los tiempos de desarrollo de las acciones incluidas en el plan de servicios y actividades ofertados (máximo 5 puntos).**

PROPUESTA SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.:

En cuanto al grado de aprovechamiento de espacios y distribución de los tiempos de desarrollo de las acciones, señalar que la oferta estructura el espacio en un recinto de 500 metros con tres áreas principales, cuya distribución responde a criterios de equilibrio entre uso, capacidad y circulación:

- una plaza central de espectáculos, con una superficie aproximada de entre 150 y 180 m² (30–35% del total), destinada a la realización de las actuaciones artísticas y a la concentración puntual de público;
- una zona de casetas del Barrio Mágico, que ocupa entre 250 y 280 m² (50–55%), donde se desarrollan las actividades participativas, la atención al visitante y la entrega de recompensas;
- una zona de circulación y accesos, de entre 70 y 100 m² (15–20%), que articula los recorridos internos y la conexión con el entorno urbano.

Consideramos un planteamiento adecuado para evitar interferencias entre actividades y una correcta gestión del flujo de visitantes.

La propuesta de la empresa incluye un protocolo de actuación con una preparación operativa del equipo, así como un protocolo de seguridad y prevención de los espacios. La propuesta contempla un sistema de gestión de flujos que favorece la circulación, no aportan plano de situación, pero describen de forma detallada colocación de accesos, pasillos, distancias y colocación entre elementos. También recoge elementos que delimitan el recinto como vallas metálicas modulares para ordenar los flujos de entrada y salida de visitantes.

Consideramos una óptima utilización y aprovechamiento del espacio, de forma que se evitan puntos muertos y se facilita la orientación al visitante. Se plantean recorridos abiertos y accesibles, importante para facilitar la visita al público discapacitado.

Con el fin de garantizar una ejecución ordenada, segura y homogénea del programa en todos los municipios, se establecen una serie de protocolos

operativos que regulan el funcionamiento del evento, la actuación del equipo y la gestión de incidencias lo que se valora positivamente.

Por todo ello, se valora con **4,5 puntos** el grado de aprovechamiento de espacios y distribución de los tiempos de desarrollo de las acciones incluidas en el plan de servicios y actividades ofertados por SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.

PROPUESTA ASOCIACIÓN BAMBOLEA.:

En cuanto a la valoración del grado de aprovechamiento de espacios y distribución de los tiempos de desarrollo de las acciones incluidas en el plan de servicios y actividades ofertados presentado por **ASOCIACIÓN BAMBOLEA**, el plano de situación de las casetas, incluido en la página 6 de la oferta, plantea una disposición de las mismas circulares, lo que permite encauzar el flujo de asistentes, evitando aglomeraciones, dejando amplios espacios entre los diferentes elementos.

Esta Unidad promotora considera un buen aprovechamiento del espacio los elementos destinados a generar zonas de sombreado y frescor como los 16 difusores de agua autónomos, repartidos por las diferentes zonas de juegos y espectáculos, 12 carpas, dos de ellas dobles y 30 sombrillas donde los asistentes podrán resguardarse del sol.

Debemos resaltar que en su conjunto la feria cuenta con 250 m2 de sombra entre toldos, sombrillas y carpas, lo que representa el 50% del espacio total.

Esto supone un importante incremento respecto de ediciones anteriores y supone que, en época estival, no se desincentive la asistencia a la Feria debido a las condiciones climatológicas, permite que los visitantes disfruten de las actividades de forma agradable y, por tanto, nos aseguramos una mayor estancia de los mismos en la Feria.

Por otra parte, la oferta establece un protocolo de actuación, con horario detallado de cada uno de los pasos a seguir el día del evento, desde la hora de llegada, actuaciones preliminares, montaje, desarrollo de la actividad y desmontaje. En este apartado destaca la temprana hora de llegada (7:00 horas) que aporta un amplio margen para atención de cualquier incidente o imprevisto hasta la hora de inicio del comienzo del evento (11:00 horas).

Un aspecto muy positivo es que la oferta indica una promoción previa previo, a modo de reclamo o anuncio, del comienzo de los espectáculos y actividades. Una

hora antes del comienzo de la Feria, 4 artistas informarán de la mecánica de la misma acompañados de megafonía y amenización musical, tiempo suficiente para recorrer un amplio número de calles, de modo que la promoción previa sea más efectiva.

Asimismo, el equipo técnico dispone de cuatro horas para comprobación de espacios, conexiones y pruebas de tensión de luz, perimétrico, montaje y caracterización del equipo artístico, tiempo suficiente para realizar estas tareas de forma óptima.

En cuanto al desarrollo de los espectáculos, propone la oferta el desarrollo de un total de tres actuaciones diarias (entre las 12:00 y las 13:30 horas), con una duración de media hora cada una, diferentes entre sí, en el espacio denominado “La Caravana Mágica”. Si bien, dependiendo de la afluencia de público los horarios pueden ser modificados, lo que valoramos positivamente pues la oferta ofrece flexibilidad para ser adaptada a las necesidades de cada momento.

Dicha frecuencia y horario nos parecen adecuados, ya que entendemos necesaria para encauzar el flujo de asistentes, y permitir la limpieza y desinfección de las zonas destinadas al público y a los artistas. Además, al ofrecer tres pases, se reducen los tiempos de espera para ver los espectáculos, lo cual dinamiza y hace más atractivo el programa de actuaciones para el público asistente, realizando de este modo una gestión eficaz de los espacios y tiempos.

Por otro lado, nos parece conveniente la propuesta de realización de los espectáculos al aire libre, lo cual permitirá ser visualizados por un mayor número de asistentes. Así mismo, permite controlar más fácilmente el flujo de personas, entradas y salidas al evento.

De cara a disfrutar de estos espectáculos con mayor comodidad, proponen la entrega de esterillas, para ser usadas por núcleos de convivencia o familias, en caso de que el público decida sentarse en el suelo.

Por otra parte, destacar que las diferentes actividades se encuentran convenientemente descritas en la señalética de cada uno de los espacios que cuentan qué actividad hay en cada tienda y los horarios de los espectáculos.

En cuanto al desmontaje, se realiza en dos horas y media, quedando liberado el espacio a las 17.30 horas, estableciéndose una última revisión, en los cinco minutos finales, por parte del coordinador del espacio que han ocupado durante la feria con retirada de elementos de delimitación.

Se trata de una retirada ágil de los elementos integrantes de la Feria, liberándose el espacio rápidamente para cualquier otro uso que la Corporación Municipal quisiera dar o simplemente para el disfrute de la ciudadanía. Con este horario de desmontaje se evita la prolongación de ruidos y molestias en el tiempo, causando los menores trastornos posibles para los municipios participantes.

Por todo ello, se valora con **5 puntos** el grado de aprovechamiento de espacios y distribución de los tiempos de desarrollo de las acciones incluidas en el plan de servicios y actividades ofertados por ASOCIACIÓN BAMBOLEA.

CUADRO RESUMEN

LICITADOR	SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.	ASOCIACIÓN BAMBOLEA
3. Plan de actividades, servicios ofertados, organización y gestión del tiempo y espacios, etc.... (hasta 10 puntos)		
•Grado detalle Plan Actividades (hasta 5 puntos)	4	5
• Grado de aprovechamiento de espacios y distribución de los tiempos (hasta 5 puntos)	4,5	5
Total apartado 3	8,5	10

RESUMEN DE VALORACIONES:

De acuerdo con el informe realizado de las propuestas técnicas cuantificables mediante juicio de valor, las valoraciones obtenidas en cada apartado son las siguientes:

PUNTUACIÓN CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR (HASTA 46 PUNTOS)		
LICITADOR	SPORTMADNESS EVENTOS, S.L.	ASOCIACIÓN BAMBOLEA
1. Valor de la creatividad, innovación, calidad, novedad y diversidad del proyecto (hasta 26 puntos)		
•Creatividad e innovación Proyecto (hasta 10 puntos)	6	9
•Calidad, novedad, diversidad y vinculación comercio local espectáculos (hasta 11 puntos)	5	8,5
•Calidad, diversidad y el cumplimiento objetivo consumo responsable actividades interactivas (hasta 5 puntos)	4	5
Total apartado 1	15	22,5
2. Recursos técnicos y materiales (hasta 10 puntos)		
•Cualificación del personal (hasta 5 puntos)	2,5	4,5
•Calidad de los materiales (hasta 5 puntos)	4	5
Total apartado 2	6,5	9,5
3. Plan de actividades, servicios ofertados, organización y gestión del tiempo y espacios, etc.... (hasta 10 puntos)		
•Grado detalle Plan actividades (hasta 5 puntos)	4	5
•Grado de aprovechamiento de espacios y distribución de los tiempos (hasta 5 puntos)	4,5	5
Total, apartado 3	8,5	10
PUNTUACIÓN FINAL	30	42

LA JEFA DE SERVICIO DE PROMOCIÓN

Firmado digitalmente por: RODRÍGUEZ MUÑOZ ÁNGELES
Fecha: 2026.03.27 13:19