



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.

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

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA NECESIDAD DEL CONTRATO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DENOMINADA “COMERCIOS MÁGICOS” PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

La Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios 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 2026, 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 de la Comunidad de Madrid 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 2026, con una duración de tres horas cada espectáculo, estando prevista su realización en los veinte municipios que fije la Comunidad de Madrid.

El instrumento utilizado será el desarrollo, en un espacio tematizado al efecto, de una serie de actuaciones artísticas y actividades de carácter lúdico e interactivo con el público, ligadas al mundo de la fantasía, situado en las áreas comerciales de los municipios señalados en el párrafo anterior. En este espacio se colocarán elementos que faciliten onas de sombra y otros identificativos y explicativos de las actividades que se desarrollen.

Se trata de una acción de “street marketing” de carácter familiar que atraerá a potenciales clientes a estas zonas comerciales dinamizando las ventas e incrementando el consumo en los establecimientos situados en las mismas.

En dicho espacio tematizado situado en los municipios participantes se producirán espectáculos relacionados con la promoción de los comercios de la localidad y otras actividades de carácter interactivo y de entretenimiento para toda la familia dirigidas al fomento de hábitos de consumo sostenible y responsables con el medio ambiente, en el cual los asistentes podrán obtener tarjetas con interesantes descuentos y promociones en los comercios locales participantes, así como el canjeo de sus tickets de compra en los comercios de su municipio por atractivos regalos.

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 al lugar del evento y al revés, así como un mayor impacto en los medios.

Para lograr la adhesión a las actividades de promoción del mayor número de comercios locales y contribuir así a su mayor eficacia y aprovechamiento por parte de dichos establecimientos se realizará, durante 3 meses a contar desde la formalización del contrato y conforme a un Programa de Captación que llevará a cabo un equipo de tres personas.

El Plan de Promoción engloba las siguientes actuaciones:

- 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.
- 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 (mínimo 80 unidades).
- 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.
- 3 azafatas/os caracterizadas/os por municipio, para la entrega de la publicidad y realización de mini encuesta de satisfacción 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 mini encuesta de satisfacción al público asistente a los eventos, cuyo contenido será validado previamente 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.

Todos los elementos contenidos en este Plan de Promoción deberán mantener e integrar la marca del Programa: “Comercios Mágicos” que se encuentra registrada a nombre de la Comunidad de Madrid, cuya imagen se adjunta como Anexo al pliego de prescripciones técnicas.

Los establecimientos comerciales de los VEINTE municipios adheridos a la campaña “Comercios Mágicos”, ofrecerán durante la misma una variada oferta de artículos, promociones y descuentos en los artículos ofertados.

Se trata de una propuesta que invita a los ciudadanos a salir a la calle y disfrutar de las compras y de las sugerentes propuestas de espectáculos y actividades que, mezcladas con las ofertas de los comerciantes, harán vivir un día muy especial por las zonas comerciales.

El procedimiento elegido para la celebración del contrato será el ABIERTO, donde todo empresario interesado podrá presentar una proposición, quedando excluida toda negociación de los términos del contrato con los licitadores, según establece el artículo 156 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

Para la realización de los trabajos de captación de comercios para la campaña, de la tematización del espacio, de las actuaciones artísticas y de las actividades de promoción señaladas se ha previsto un importe de **TRESCIENTOS VEINTISEIS MIL SETENTA Y DOS EUROS CON CINCUENTA Y NUEVE CÉNTIMOS (326.072,59 euros – IVA incluido)**.

La financiación del importe anterior será con cargo a la Partida 28001, Programa 431A “Comercio”, centro de coste 67PROMCOME del Presupuesto de Gastos de la Comunidad de Madrid para la anualidad de 2026.

El contrato se entenderá cumplido por el CONTRATISTA cuando éste haya realizado, de acuerdo con los términos del mismo y a satisfacción de la COMUNIDAD DE MADRID, la totalidad del objeto.

El pago del precio se efectuará mensualmente contra factura, previa conformidad de la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios.

LA DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO, CONSUMO Y SERVICIOS

Firmado digitalmente por: NIETO NOVO MARTA
Fecha: 2026.01.21 14:30