



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  
y Consumo  
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA,  
HACIENDA Y EMPLEO

## MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA NECESIDAD DEL CONTRATO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DENOMINADA “EL COMERCIO A ESCENA” 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 234/2021, de 10 de noviembre, 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 “El Comercio a Escena”.

El comercio de proximidad es un elemento esencial en el mantenimiento de la vida y el dinamismo de las ciudades y pueblos de la región. Por ello, esta novedosa acción de “Street marketing”, de carácter familiar atraerá a potenciales clientes, dinamizando las ventas e incrementando el consumo en los establecimientos comerciales participantes.

El destinatario del Programa es un municipio de la Comunidad de Madrid seleccionado en base a criterios divididos en factores demográficos, económicos, de comportamiento y de accesibilidad, en concreto:

- **Demografía y Perfil de la Población:** Analizar la edad, ingresos, nivel educativo y estilo de vida para asegurar que encaje con el perfil del consumidor ideal (target).
- **Capacidad Económica y de Consumo:** Evaluar el poder adquisitivo de los residentes, la renta media, masa comercial y la actividad económica del municipio para asegurar la viabilidad de la misma.
- **Accesibilidad y Tráfico:** Priorizar ubicaciones con alta visibilidad y fácil acceso, considerando el tráfico peatonal, la cercanía a vías principales y la disponibilidad de transporte público.
- **Comportamiento Local:** Entender los hábitos de compra locales, las necesidades insatisfechas y el estilo de vida del municipio para personalizar el mensaje.



- **Infraestructura y Entorno:** Evaluar la calidad de los servicios, disponibilidad de aparcamiento y la presencia de comercios satélites que generen tráfico.

El municipio de Leganés encaja plenamente con los criterios descritos anteriormente ya que, además, dispone de una masa comercial de referencia en la región (es, de los 6 grandes municipios, el 2º con mayor número de empresas de comercio- CNAE 47 - y el 3º por población), además de contar con una experiencia ya acreditada en este tipo de eventos promocionales del sector. Como ejemplo, citar la ya consolidada trayectoria del programa promocional "Comercios Mágicos", en el que participan 28 municipios de la Región, siendo Leganés el que cuenta con el record de adhesiones de comercios en este programa en los años 2024 y 2025.

El municipio de Leganés muestra su aceptación, tras la comunicación de la selección por parte de la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid, mediante escrito del Alcalde, de fecha 10 de marzo de 2026, valorando positivamente la iniciativa y poniéndose a disposición de la Comunidad de Madrid para colaborar en todo lo necesario para el buen desarrollo de la campaña en su localidad.

En el espacio o área comercial de Leganés, que se determine, tendrán lugar 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 interesantes descuentos y promociones en el comercio local participante.

El contrato tendrá una duración de seis meses y el evento se llevará a cabo un sábado, comprendidos entre el 1 de mayo y el 1 de octubre del año 2026, con una duración de seis horas y media, estando prevista su realización en el municipio de Leganés.

El instrumento utilizado será la implementación de una serie de actuaciones artísticas, interactivas y de ocio, al aire libre, en un espacio de unos 1.500 metros cuadrados situado en el área comercial perteneciente al municipio de Leganés, en el cual se llevará a cabo un evento por parte del contratista, un sábado, entre el 1 de mayo y el 1 de octubre de 2026, que englobará actuaciones artísticas así como actividades recreativas y de ocio, de carácter interactivo, dirigidas al público de todas las edades, todo ello ligado a las correspondientes acciones de promoción del comercio local.

Los asistentes podrán disfrutar de las actuaciones artísticas, interactivas y de ocio, canjeando sus tickets de compras realizadas en los comercios adheridos a la campaña en las fechas en que las promociones se publiciten y se encuentren vigentes.

Con respecto a las actuaciones de promoción se pretenderá vincular, a través del canje de tickets de compra por merchandising, atrayendo tráfico desde los comercios al



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 comercio local y contribuir así a su mayor eficacia y aprovechamiento por parte de dichos establecimientos se realizará, desde la formalización del contrato, un Programa de Captación que llevará a cabo una persona.

El Plan de Promoción engloba las siguientes actuaciones:

- Caseta, mínimo, de 10 metros cuadrados para entrega de merchandising, canjeable por tickets de compra de los días previos, en horario 11:30 a 14:30 horas por la mañana y de 17:00 a 20:30 horas por la tarde. 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.
- Zona de mostrador y almacenaje, sita en la caseta de las azafatas, que albergue el material promocional (merchandising) para su distribución por las azafatas/os
- 35.000 unidades, mínimo, de programas de mano de tamaño 14x20 centímetros (flyer) con el horario de las actuaciones artísticas a desarrollar.
- Speaker para amenizar la calle e informar sobre las actuaciones, actividades, horarios y ubicación de las actuaciones artísticas y elementos promocionales, fomentando el consumo entre el público al objeto de dinamizar las ventas.
- Soporte informativo, de 2 metros de altura por 1 metro de anchura, sito junto a la caseta del merchandising, con el horario de las actuaciones, lugar de las mismas y QR de la website promocional.
- Ocho lonas de 4x1 metros, metros con la imagen del programa, adjunta en el Anexo al presente Pliego, impresa a una cara con hoyados, incluidos gastos de montaje y desmontaje, para su instalación en puntos estratégicos, desde el punto de vista turístico comercial, en el municipio participante.
- 50 unidades de abrazafarolas con la imagen del programa, adjunta en el Anexo al presente pliego.
- Mínimo 700 elementos identificativos de la adhesión a la campaña, mínimo tamaño DIN-A4, para su instalación en lugar visible de los comercios adheridos a la campaña.
- Servicio de transporte y recogida del material promocional al municipio



participante.

- Un elemento móvil con megafonía/imagen incorporada para promoción previa al evento en el municipio adherido al Programa.
- Microsite promocional del Programa para facilitar el acceso directo de los comercios adheridos del municipio participante en la Campaña, así como calendario de las actuaciones artísticas y promocionales.
- Difusión del evento en 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, número de tickets recaudados e importe medio de los mismos, imágenes del evento, etc.

Todos los elementos contenidos en este Plan de Promoción deberán mantener e integrar la marca del Programa: “El Comercio a Escena” 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 del municipio de la campaña “El Comercio a Escena”, ofrecerá 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 CUARENTA Y UN MIL NOVENTA Y CUATRO EUROS CON CINCUENTA Y CUATRO CÉNTIMO DE EURO (41.094,54 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 tras la finalización del evento y las acciones de dinamización que en su caso hubieran ofertado, 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: 2026.03.10 17:37