



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

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

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

La Dirección General de Comercio, 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 denominada “El Comercio a Escena”.

El contrato tendrá una duración de seis meses y el evento se llevará a cabo un sábado, comprendido 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 Leganés.

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

1ª.- Actividades de captación de comercios participantes del municipio en el que se llevará a cabo la campaña a contar desde la formalización del contrato y conforme a un Programa de Captación de comercios que llevará a cabo, mínimo, una persona.

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

2ª.- El desarrollo, en un espacio de 1.500 metros cuadrados, de una serie de actuaciones artísticas y actividades de carácter lúdico e interactivo con el público, situado en el área comercial de Leganés.

La realización de estos trabajos requiere:

- Personal necesario para llevar a cabo las actuaciones artísticas, interactivas y de ocio programadas incluyendo tanto artistas como, en su caso, figurantes o “personajes”, así como el personal necesario para dinamizar las actividades lúdicas de carácter interactivo
- Elementos de decoración, mobiliario, vestuario y atrezzo necesarios para desarrollar los espectáculos.
- Equipo y técnico de iluminación, suficiente para visualizar las actuaciones adecuadamente en cualquiera de los horarios programados.
- Equipo y técnico de sonido, que incluirá microfonía, suficiente para artistas y conductores de las diversas actuaciones, incluido el speaker
- Instalación de puntos de luz y tomas de corriente necesarios para las actuaciones y si en alguna localidad no fuera posible, equipo generador.
- Recursos humanos destinados a las labores de organización, personal necesario para el diseño, producción, montaje y desmontaje de los elementos utilizados, así como de los elementos necesarios para la amenización musical.
- Organización logística del evento (montaje, desmontaje y transporte de recursos para la realización de la campaña).
- Amenización musical, megafonía y publicidad necesarias para animar la calle distribuida por las zonas principales de la localidad
- Suministro de vallas de seguridad vial y cualquier otro elemento de protección que fueran necesarios, en número suficiente, para asegurar la zona durante el montaje y desmontaje del espectáculo.
- Suministro de elementos (catenarias, postes separadores, etc) para perimetrar durante el desarrollo del festival.

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

3ª.- Actividades de promoción del comercio en la localidad participante, conforme a un Plan de Promoción, el cual comprende:

- Caseta, mínimo, de 10 metros cuadrados para entrega de merchandising, canjeable por tickets de compra, en horario de 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 azafata/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 Leganés.

- 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.

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

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

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

LA DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO, CONSUMO Y SERVICIOS

Firmado digitalmente por: NIETO NOVO MARTA
Fecha: 2026.03.10 17:36