



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.

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA,
HACIENDA Y EMPLEO

ORDEN

Exp.: A/SER-002297/2026

ORDEN DE LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y EMPLEO POR LA QUE SE ACUERDA EL INICIO DEL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DENOMINADO "IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DENOMINADA "EL COMERCIO A ESCENA" PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE LA COMUNIDAD DE MADRID"

ANTECEDENTES

Primero. – La unidad promotora del contrato, la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios, ha redactado la memoria en la que se justifica la necesidad de tramitar un expediente de contratación de servicios denominado "IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DENOMINADA "EL COMERCIO A ESCENA" PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE LA COMUNIDAD DE MADRID", por los motivos que se exponen a continuación.

La mencionada Dirección General, 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 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 un municipio que fije la Comunidad de Madrid.

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 a un municipio de la Comunidad de Madrid 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.



La autenticidad de este documento se puede comprobar en
<https://gestiona.comunidad.madrid/csv>
mediante el siguiente código seguro de verificación: 1203165412617339216758

Se trata de una acción de “Street marketing” de carácter familiar que atraerá a potenciales clientes a esta zona comercial dinamizando las ventas e incrementando el consumo en los establecimientos situados en la misma.

En dicho espacio situado en el municipio participante 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 interesantes descuentos y promociones en el comercio local participante.

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.

Segundo. - Quedan acreditadas las necesidades que pretenden cubrirse mediante el contrato proyectado, así como la idoneidad de su objeto.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

Primero. - Según establece el artículo 116 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP) “La celebración de contratos por parte de las Administraciones Públicas requerirá la previa tramitación del correspondiente expediente, que se iniciará por el órgano de contratación motivando la necesidad del contrato en los términos previstos en el artículo 28 de esta Ley y que deberá ser publicado en el perfil de contratante”.

Segundo. - El artículo 28 en su apartado 1 establece que. “Las entidades del sector público no podrán celebrar otros contratos que aquellos que sean necesarios para el cumplimiento y realización de sus fines institucionales. A tal efecto, la naturaleza y extensión de las



necesidades que pretenden cubrirse mediante el contrato proyectado, así como la idoneidad de su objeto y contenido para satisfacerlas, cuando se adjudique por un procedimiento abierto, restringido o negociado sin publicidad, deben ser determinadas con precisión, dejando constancia de ello en la documentación preparatoria, antes de iniciar el procedimiento encaminado a su adjudicación.”

Por todo lo anterior, de conformidad con lo establecido en el artículo 116 de la LCSP, y en uso de las atribuciones que me han sido conferidas por las disposiciones vigentes,

DISPONGO

Acordar el inicio y ordenar la tramitación del expediente de contratación de servicios denominado “IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DENOMINADA “EL COMERCIO A ESCENA” PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE LA COMUNIDAD DE MADRID”, promovido por la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios, cuyo presupuesto de licitación asciende a 41.094,54 euros, mediante procedimiento abierto con pluralidad de criterios y tramitación ordinaria.

LA CONSEJERA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y EMPLEO
LA DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO, CONSUMO Y SERVICIOS
P.D. Orden 17/04/2024, BOCM 07/05/2024

Firmado digitalmente por: NIETO NOVO MARTA
Fecha: 2026.02.23 12:31