

# **MEMORIA DESCRIPTIVA DE LAS CONDICIONES QUE REGIRÁN EL CONTRATO MENOR DE SERVICIOS PARA LA ADJUDICACIÓN DE LA REALIZACIÓN DE ACCIONES DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL Y PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD DE ZARAGOZA.**

## **1.- OBJETO DEL CONTRATO**

El objeto del presente contrato es la realización de una serie de acciones de Dinamización Comercial para impulsar el Comercio de Proximidad en Zaragoza.

## **2.- DURACIÓN DEL CONTRATO**

Desde la adjudicación del contrato hasta el día el 31 de diciembre de 2017.

## **3.- DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A REALIZAR POR LA EMPRESA ADJUDICATARIA**

La empresa licitadora deberá proponer y ejecutar en caso de su adjudicación, una serie de acciones de dinamización del comercio de proximidad de los Distritos y Barrios Rurales de la ciudad de Zaragoza, que comprenderá lo siguiente:

- 1). Diseño y desarrollo de una estrategia de dinamización para el comercio de proximidad con definición de acciones, objetivos, personas a las que va dirigido, formatos, etc., de cara a resaltar los valores positivos del Comercio de Proximidad de Zaragoza y atraer y mantener la intención de gasto de la ciudadanía hacia este formato comercial, con arreglo a las indicaciones recogidas en los siguientes puntos:
- 2) Deberá contemplar la realización de, al menos, seis dinámicas de promoción que operen tres de ellas al menos sobre 50 locales comerciales en uso y otras tres dinámicas sobre otros 50 locales sin uso comercial y deberá incluir entre las mismas un concurso de escaparatismo con dos fases y premios, tanto en cada distrito y barrio como a nivel absoluto en la ciudad; realización de un sorteo de cheque compra o similar entre usuarios/as del comercio de proximidad; decoraciones con vinilos; animaciones o representaciones en escaparates; pop up stores en fechas determinadas etc., aportando soluciones que atraigan gasto hacia los comercios en actividad y aporten valor a los locales vacíos minimizando sus efectos negativos, valorándose tanto los objetivos perseguidos como su implementación y su número, debiendo ir referidas prioritariamente a los ejes comerciales principales.
- 3) Así mismo propondrá otras acciones específicas encaminadas a resaltar los atractivos de los comercios más emblemáticos de la ciudad como estandarte y ejemplo a seguir de los valores de calidad, sostenibilidad, cercanía, servicio y precio propios de nuestro comercio de proximidad.
- 4). Entregará un Cronograma de base diaria que abarque las acciones de dinamización a realizar, desde la adjudicación hasta el 2 de diciembre de 2017. Las acciones concretas a realizar deberán estar pormenorizadas y valoradas económicamente una a una.
- 5). Realizará encuestas entre comercios y personas usuarias en número que considere adecuado para evaluar el efecto de las acciones de dinamización ejecutadas. Propondrá los indicadores y métricas a utilizar en la medición de resultados y requerirá la entrega de un informe final con la valoración de resultados y

una propuesta estratégica a futuro para su engarce en la difusión de las líneas habituales de trabajo de Zaragoza Dinámica.

6). Deberá proponerse la designación por la empresa adjudicataria de una persona de contacto durante el periodo de planteamiento y posterior de ejecución de la Campaña de Dinamización para facilitar su implementación y en su caso la reorientación de la misma con arreglo a los criterios y objetivos perseguidos.

7). En el caso de utilizarse piezas de creatividad de cualquier tipo, la empresa adjudicataria deberá atenerse a las directrices de imagen e identidad Corporativa de Zaragoza Dinámica y del Ayuntamiento de Zaragoza.

#### **4.- REQUISITOS A CUMPLIR POR LA ENTIDAD ADJUDICATARIA**

La empresa adjudicataria será responsable de la calidad técnica de los trabajos realizados así como de las consecuencias que se deduzcan para Zaragoza Dinámica y Ayuntamiento de Zaragoza o para terceros, de las omisiones, errores o métodos inadecuados en la ejecución del contrato. Si surgen deficiencias imputables a los trabajos realizados existe obligación de subsanarlas.

#### **5.- CLÁUSULA SOCIAL DE GÉNERO**

Toda la documentación, publicidad, imagen o materiales de todo tipo deberán utilizar un lenguaje no sexista, evitar cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomentar una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género.

#### **6.- PRESUPUESTO**

El presupuesto máximo de licitación asciende a 17.933,88 euros (IVA excluido); 21.700,00 euros, (IVA incluido)

#### **7.- PRESENTACIÓN DE OFERTAS**

La oferta deberá presentarse indicando claramente el nombre del contrato, el presupuesto ofertado (IVA incluido) y los apartados indicados en criterios de adjudicación, separados claramente, para su valoración.

Los documentos presentados en la oferta, deberán ser originales, sellados y firmados por la empresa licitadora, que podrá entregar, de forma complementaria cuanta documentación considere oportuna en formato digital.

Las ofertas se presentarán en el registro de Zaragoza Dinámica (situado en C/ Albareda, nº 4, 2ª planta), hasta las 14:00 horas del decimoquinto día natural posterior a la publicación en la web municipal ([www.zaragoza.es](http://www.zaragoza.es)) de esta licitación.

Para cualquier información complementaria, se puede contactar con Zaragoza Dinámica en el email: [jblanco@zaragozadinamica.es](mailto:jblanco@zaragozadinamica.es)

## **8.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN**

1- Se adjudicarán hasta 51 puntos sobre 100 a la oferta económica más ventajosa, con arreglo a la siguiente proporción:

$$\text{Puntos} = (51 \times \text{oferta mínima}) / \text{oferta valorada}$$

2- Propuesta técnica: hasta un máximo de 49 puntos sobre 100.

De la propuesta planteada por la empresa licitadora de la Campaña de Dinamización del Comercio de Proximidad, se valorará:

- Hasta 35 puntos: Denominación global, estrategia, y acciones propuestas, número y finalidad de cada dinámica, calidad del planteamiento y ejecución de las diversas dinámicas planteadas y difusión y rentabilización de resultados así como efecto demostración conseguido con las acciones ejecutadas en relación con los comercios emblemáticos de la Ciudad.

- Hasta 5 puntos: Cronograma de ejecución. Contenido y tamaño de la muestra utilizada en la realización de encuestas para la valoración del cambio de tendencia inducido en el consumo.

- Hasta 5 puntos: Propuesta de contenido del informe final, métricas e indicadores, y planteamientos para una estrategia futura.

- Hasta 4 puntos: Asistencia técnica permanente diseñada por la empresa adjudicataria (persona de contacto durante el periodo de planteamiento y posterior a la ejecución de la Campaña de Dinamización del Comercio de Proximidad para el desarrollo de las funciones establecidas en el apartado 3)

## **9.- ENTREGABLES**

En el plazo de 30 días desde la adjudicación, la empresa adjudicataria deberá tener ultimada la Campaña de Dinamización, con desglose pormenorizado de las diferentes acciones, costes, herramientas y medios necesarios, propuestas de difusión y seguimiento de indicadores con arreglo al cronograma definitivo y aprobado por Zaragoza Dinámica.

La empresa adjudicataria deberá nombrar una persona de contacto continuo para la asistencia permanente durante la duración del contrato.

Antes del 31 de diciembre de 2017, la empresa adjudicataria deberá entregar el informe final con los indicadores solicitados y los planteamientos para una estrategia futura.

## **10.- FINANCIACIÓN**

Aplicación presupuestaria del presupuesto de Zaragoza Dinámica de año 2017, 06-2411-26013 Plan municipal de Apoyo al Comercio.

A su vez se pone de manifiesto, según lo establecido en los artículos 22 y 302 del T.R de la Ley de Contratos del Sector Público RDL 3/2011 de 14 de noviembre y demás normativa aplicable, la conveniencia de no aplicación de los medios personales y

materiales con que cuenta la Administración para cubrir las necesidades que se trata de satisfacer a través del contrato.