

**MEMORIA DESCRIPTIVA
CONTRATO MENOR PARA LA ASISTENCIA TÉCNICA DE LA CAMPAÑA DE DINAMIZACIÓN
DE LOS MERCADOS DE ZARAGOZA 2020**

El estado de alarma, que ha durado más de tres meses, y la situación posterior a dicho estado, ha afectado negativamente a las ventas en los mercados de Zaragoza y al comercio en general. Con las acciones promocionales de la campaña de dinamización se pretende animar al cliente a que vuelva a comprar, particularmente, en los mercados de alimentación de Zaragoza. Mediante el diseño de una dinámica contractual que transcurre por la elaboración del diseño de la campaña y de su control, tanto presencial, como en Redes Sociales, por parte del contratista; la elección de los acciones de promoción a realizar por parte del funcionariado municipal encargado al efecto, con exigencia de un mínimo de acciones de promoción programadas, correspondiendo a la gestión municipal el abono de las facturas generadas en estas acciones promocionales, se pretende fomentar la actividad de estos mercados.

1. OBJETO DEL CONTRATO

El Ayuntamiento de Zaragoza viene desarrollado desde el año 2016 diversas campañas de dinamización y publicidad para aumentar la clientela de los mercados de Zaragoza. Esta campaña se relacionará con las anteriores y, para ello, se utilizara la creatividad aprobada por el Ayuntamiento de Zaragoza, y que se proporcionará al solicitante.

Se trata de Diseñar, Planificar, Organizar y Desarrollar la campaña de dinamización comercial basada en acciones promocionales en los meses de octubre a diciembre de 2020 en el Mercado San Vicente de Paul (más necesitado a los efectos de dinamización), Mercado Central, Mercado Valdespartera así como -recogiendo la experiencia ya realizada en años anteriores y al objeto de potenciar el comercio de proximidad en producto perecedero-, otros mercados privados de alimentación de la ciudad, siendo extensiva la asistencia, también, a los Mercados Ambulantes del Ayuntamiento (Mercado Ambulante y Rastro del aparcamiento Sur Expo (miércoles y domingo mañana), Mercado del Coleccionismo de plaza San Francisco (domingo mañana), Mercado de Antigüedades y Artesanía de plaza San Bruno (domingo mañana), Muestra Agroecológica de Zaragoza de la plaza del Pilar (sábado mañana). Esta campaña de acciones de promoción tendrá sus acciones de comunicación, con el objetivo de incentivar la presencia de público y las compras en dichos mercados.

Para la ejecución de las acciones propuestas, y dentro de ellas, las seleccionadas municipalmente, se habrá de estar a las normativa sanitaria para evitar contagios COVID 19 vigente en cada momento de ejecución de las acciones de promoción.

2. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS Y CONTENIDO DEL SERVICIO

La asistencia técnica para diseñar, planificar y desarrollar una campaña de dinamización comercial estará basada en acciones de promoción y publicaciones que se realizarán en los meses de octubre a diciembre de 2020 preferentemente en el Mercado Central y en el Mercado San Vicente de Paúl, así como en resto de mercados citados.

Comprende las siguientes prestaciones:

2.1) Diseño de una campaña de acciones de promoción en los mercados descritos en la clausula anterior, prioritariamente el Mercado San Vicente de Paúl, basada en aspectos relacionados con los mercados como sedes de venta de producto alimenticio perecedero, gastronomía y turismo: showcooking, talleres de cocina, demostraciones culinarias, acciones de promoción relativas al turismo, etc. Cada una de las acciones de promoción deberá cumplir las restricciones que los responsables sanitarios de cada Administración

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LzixMjE3MjA0VDE\$

NOMBRE DOC.	Memoria descriptiva			PÁGINA 1 / 6
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
ANA M OBON LIZAMA	El/La Técnico/a	07/09/2020	6819068	
RAMIRO PARDO BERGES	Responsable de la Unidad Administrativa	07/09/2020	6819407	
FRANCISCO JAVIER PUY GARCÉS	Responsable del Órgano de Contratación	07/09/2020	6819525	

puedan establecer al efecto. En el momento de redacción de este pliego, la Comarca Central de Zaragoza se encuentra en Fase 2, regulada por la Orden SAN/770/2020 que remite a la Orden SAN 474/2020. Por ello, las acciones ofertadas deberán ser adaptadas a cada una de las normas sanitarias que le sean de aplicación en el momento de su realización, cumpliendo los requisitos pertinentes debido a la situación sanitaria provocada por el COVID 19. Se velará por el cumplimiento de la distancia interpersonal, aforos y utilización de EPI's y otras disposiciones en materia de higiene.

2.2) Planificación temporal de la campaña a desarrollar entre los meses de octubre a 31 de diciembre de 2020. Deberá preverse la organización de, al menos, una acción promocional a la semana. Se incluirá el presupuesto de todos y cada uno de las acciones de promoción que formen parte de la planificación, que contendrá un mínimo de 30 acciones promocionales en los mercados anteriormente citados, prestando especial importancia al Mercado San Vicente de Paul además de otras acciones, con sus correspondientes presupuestos. La propuesta técnica a la que se refiere la cláusula 6 podrá planificar la organización del número de acciones de promoción que, cumpliendo con el mínimo anterior deseen los ofertantes. El Ayuntamiento se reserva la facultad de poder desechar alguna de ellas en función de su compatibilidad y coordinación con la programación municipal o con la del propio mercado, pudiendo incluso incardinar a las acciones ofertadas, las de interés municipal. Estas últimas no formarán parte del contrato.

2.3) Organización de las acciones promocionales. El adjudicatario se encargará de la concertación y coordinación de todos los servicios necesarios para el desarrollo de cada acción de promoción, particularmente, mediante, contactos previos con cada mercado o titular del espacio. El Servicio de Mercados y de Promoción del Comercio, ya sea en el momento de valoración de la oferta en el momento previo de la adjudicación o en momentos anteriores a la realización de la acción promocional, una vez adjudicado el contrato, deberá dar el visto bueno a cada gasto propuesto que será pagado por el Ayuntamiento de Zaragoza a través de la siguiente dinámica: el adjudicatario deberá recabar del actuante o concertado la factura correspondiente a la acción realizada; deberá presentar ésta junto con la documentación gráfica que acredite la efectiva realización de esa acción al Servicio de Mercados y de Promoción del comercio. El Servicio procederá a su tramitación una vez conformada. Si por cualquier razón, en particular restricciones sanitarias, la acción propuesta resulta recomendable su no realización, en función de las condiciones higiénico-sanitarias o en función del espacio para el público, o cualquier otra circunstancia, ésta podrá ser suspendida por el Ayuntamiento, sin que por dicho efecto deba ser abonada. De igual manera, si por otras circunstancias la acción no ha sido realizada, no dará derecho al cobro de cuantía alguna.

2.4) Presupuesto de las acciones de promoción: Cada ofertante presentará en su oferta técnica la planificación, organización y número de acciones de promoción que considere adecuada. Deberá presentar de forma separada la planificación de cada acción promocional en cada mercado, incluyendo su coste.

2.5) La propuesta técnica deberá diversificar el número de posibles realizadores de cada acción promocional para posibilitar que ninguno de ellas, en conjunto, supere el importe de 3.000 euros mas IVA por cada uno de los actuantes o concertados.

2.6) El Ayuntamiento cuenta con una financiación de 150.000 euros para el abono de las facturas de los actuantes o concertados propuestos por el adjudicatario o intercalados por el Ayuntamiento. Esta suma económica financiará también las inserciones publicitarias, no pudiendo superar éstas el 20% de la financiación. Cada una de las acciones publicitarias deberá estar claramente identificada en la oferta.

2.7) Deberá realizar la promoción mediante campañas de comunicación (con especial importancia en redes sociales: twitter, instagram y facebook) de las acciones de promoción para que tengan el público esperado. De cada acción de promoción se deberá difundir una

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>
Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LzixMjE3MjA0VDE\$

NOMBRE DOC.	Memoria descriptiva			PÁGINA 2 / 6
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
ANA M OBON LIZAMA	El/La Técnico/a	07/09/2020	6819068	
RAMIRO PARDO BERGES	Responsable de la Unidad Administrativa	07/09/2020	6819407	
FRANCISCO JAVIER PUY GARCES	Responsable del Órgano de Contratación	07/09/2020	6819525	

nota de prensa o comunicación o “post” previa, y otra posterior con la información de la acción de promoción. La información de cada acción de promoción será twiteada por el Servicio de Mercado y de Promoción del Comercio, y, durante el mismo día será retwiteada por el perfil del adjudicatario.

2.8) El servicio a contratar incluirá el diseño y producción de cualquier material diferente a los que se facilitarán al adjudicatario y que sean los más idóneos, negociando con los propietarios de los soportes físicos o digitales los costes de inserción, con la supervisión de la Dirección de Comunicación del Ayuntamiento de Zaragoza. Los medios y soportes físicos o digitales propuestos por el licitador deberán garantizar la mayor cobertura y afinidad posible con el público objetivo y la eficiencia de la inversión. Los importes correspondientes a los gastos en publicidad y medios de comunicación serán abonados directamente por el Ayuntamiento bajo presentación del justificante correspondiente (factura al Ayuntamiento de acuerdo con la dinámica descrita en el apartado 2,3) por parte del adjudicatario, con cargo a la financiación global establecida en punto 2.6) y con la salvaguarda y limitación económica establecida en el punto 2.5)

2.9) Se realizará el seguimiento de la visibilidad de las acciones de promoción, informando mensualmente de los impactos de cada acción promocional.

3. SOLVENCIA TÉCNICA Y PROFESIONAL

Los ofertantes deberán demostrar los siguientes aspectos:

- Personal con experiencia demostrable en:
 - o Mantenimiento de cuentas de Redes Sociales relacionadas con acciones promocionales de actividad comercial con un número de usuarios superior a 2.000.
 - o Desarrollo de campañas promocionales relacionadas con la actividad comercial.
- Experiencia demostrable en la organización de acciones promocionales relacionados con el comercio, la gastronomía y/o el turismo.

4. DURACIÓN DEL CONTRATO Y PLAZO DE EJECUCIÓN DE LOS TRABAJOS

Desde el 1 de octubre hasta el 31 de diciembre de 2020 Si la adjudicación es posterior al 1 de octubre, la duración será desde la fecha de adjudicación hasta el 31 de diciembre de 2020, debiendo realizar las acciones ofertadas en ese periodo, que se puede ampliar al 6 de enero de 2021 a efectos de presentación de facturas.

5. PRECIO

El tipo de licitación es de 15.000 euros iva excluido (18.150 euros iva incluido). La partida presupuestaria con la que atender dicho gasto es MER 4313 2799 Gastos de programa dinamización mercados (documento RC 202055).

6. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

La oferta se deberá presentar de forma telemática en el email: mercadosmunicipales@zaragoza.es y contendrá la siguiente documentación:

- a) Precio ofertado, desglosado en Base Imponible, IVA e importe total
- b) Propuesta técnica:

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LzixMjE3MjA0VDE\$

NOMBRE DOC.	Memoria descriptiva			PÁGINA 3 / 6
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
ANA M OBON LIZAMA	El/La Técnico/a	07/09/2020	6819068	
RAMIRO PARDO BERGES	Responsable de la Unidad Administrativa	07/09/2020	6819407	
FRANCISCO JAVIER PUY GARCES	Responsable del Órgano de Contratación	07/09/2020	6819525	

- a. Planificación de las acciones promocionales por semanas y por mercado. Todas las semanas deberá haber, al menos, una acción promocional relacionada con la gastronomía: showcookig, talleres de cocina, demostraciones culinarias, acciones que lleven consigo tendencia al incremento del comercio o al conocimiento del mercado, incluyendo la campaña de Navidad.
 - b. Planificación de las acciones publicitarias, indicando medio, formato, duración de la inserción y coste previsto de cada acción publicitaria
 - c. Metodología de trabajo
Esquema del plan de contenidos de redes sociales y, al menos, 3 modelos de "post".
 - d. Serie de contactos con los responsables de cada mercado para el cumplimiento de las condiciones sanitarias necesarias, y especificación de éstas en cada uno de los espacios y mercados.
- c) Relación de redes sociales en las que tiene perfil el solicitante y cantidad de seguidores en cada red
- d) Relación de personal que va a participar y solvencia técnica y profesional de cada uno

La documentación solicitada deberá presentarse en castellano, en documentos claramente diferenciados, indicando de forma clara y legible la siguiente información obligatoria:

- Numero de referencia del contrato menor
- Objeto del contrato
- Datos fiscales del solicitante y copia del NIF
- Nombre, apellidos, firma y DNI/NIE de la persona que firma la propuesta y el carácter con el que lo hace (nombre propio o representante).
- Documento acreditativo del apoderamiento (en su caso)
- Domicilio, teléfono y email a efectos de notificación

7. LUGAR Y PLAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS

La fecha límite de presentación de las ofertas será hasta las 13:00 horas del décimo hábil (el día último de presentación será publicado en el perfil del contratante), día a partir de la publicación del anuncio de esta oferta en el perfil del contratante de la sede electrónica del Ayuntamiento. En el supuesto de que el día de finalización del plazo de presentación de proposiciones fuera sábado o festivo, se entenderá prorrogado hasta el siguiente día hábil.

Las ofertas deberán presentarse telemáticamente en el email mercadosmunicipales@zaragoza.es.

8. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

Para la determinación de la oferta más ventajosa y la adjudicación del contrato se tendrán en cuenta los siguientes criterios de valoración que, sobre un máximo de 100 puntos, serán aplicados a las ofertas presentadas.

8.1 CRITERIOS DE VALORACIÓN EVALUABLES DE FORMA OBJETIVA:

8.1.1. Oferta económica. Hasta un máximo de 55 puntos.

Deberá presentarse una sola oferta económica a la baja, respecto del tipo de licitación, sin superar éste, (clausula 5: 15.000 euros mas IVA).

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>
Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



NOMBRE DOC.	Memoria descriptiva			PÁGINA 4 / 6
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
ANA M OBON LIZAMA	El/La Técnico/a	07/09/2020	6819068	
RAMIRO PARDO BERGES	Responsable de la Unidad Administrativa	07/09/2020	6819407	
FRANCISCO JAVIER PUY GARCES	Responsable del Órgano de Contratación	07/09/2020	6819525	

La oferta presentada por cada licitador será valorada aplicando un criterio de proporcionalidad respecto de la oferta más reducida, a la que se atribuirá la puntuación máxima, calculando la ponderación de las demás ofertas con arreglo a la fórmula siguiente:

$$P = (55 \times \text{Min}) / \text{Of}$$

Min es la oferta económica más baja

Of es la oferta económica que se valora

P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora

8.1.2. Número de seguidores en Redes Sociales (Twitter+Instagram+Facebook). Hasta un máximo de 10 puntos.

- a) Mas de 20.000 seguidores = 10 puntos
- b) Entre 15.001 y 20.000 = 8 puntos:
- c) Entre 10.001 y 15.000 = 6 puntos
- d) Entre 5.001 y 10.000 = 4 puntos
- e) Entre 2.001 y 5.000 = 2 puntos

Los seguidores deberán ser de nacionalidad española y con perfiles activos. Se sumarán los seguidores en las tres Redes Sociales. Si se detectan más de 5 seguidores falsos, este apartado se valorará con 0 puntos.

8.2. CRITERIOS DE VALORACIÓN EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR:

Propuesta Técnica. Hasta un máximo de 35 puntos.

En la valoración de la propuesta técnica se tendrán en consideración los siguientes aspectos:

- a) Acciones promocionales propuestas (de mercados, gastronómicos y/o turísticos): relación con los mercados y atractivo para atraer publico: hasta 15 puntos, distribuidos de la siguiente:
 - a. Exposición de las acciones de promoción así como cantidad prevista y calidad de éstas: hasta 5 puntos
 - b. Variedad de las acciones comerciales hasta 5 puntos
 - c. Mix en los mercados (San Vicente de Paúl, Central y ambulantes): hasta 5 puntos
- b) Plan de comunicación propuesto en redes sociales: hasta 10 puntos
- c) Plan de comunicación en otros medios diferentes de las redes sociales, atendiendo a la idoneidad de los medios, soportes, cobertura y notoriedad: hasta 5 puntos
- d) Detalle de la planificación en el Cronograma presentado de las acciones: hasta 5 puntos

9. PAGO DEL PRECIO

El contratista expedirá una primera factura transcurridos el primer mes de ejecución del contrato correspondiente al 45% del importe del contrato. Dicho importe compensará los esfuerzos realizados tanto en la confección de la oferta, contactos con mercados, compromisos adquiridos y acciones promocionales y publicitarias realizadas hasta el momento de emisión de dicha factura.

Transcurrido el segundo mes, el contratista podrá emitir otra factura (la segunda), como máximo del 30%, incluyendo las acciones promocionales efectivamente realizadas desde la emisión de la primera factura.

El restante importe hasta completar el precio de adjudicación será tramitado mediante el mismo sistema (tercera factura emitida que incluya las acciones efectivamente realizadas tras la emisión de la segunda factura). Esta última factura se emitirá antes del 31 de diciembre de 2020.

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LzixMjE3MjA0VDE\$

NOMBRE DOC.	Memoria descriptiva			PÁGINA 5 / 6
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
ANA M OBON LIZAMA	El/La Técnico/a	07/09/2020	6819068	
RAMIRO PARDO BERGES	Responsable de la Unidad Administrativa	07/09/2020	6819407	
FRANCISCO JAVIER PUY GARCÉS	Responsable del Órgano de Contratación	07/09/2020	6819525	

Prestada la conformidad a cada una de las tres facturas, en su caso, por el Servicio de Mercados y de Promoción del Comercio del Ayuntamiento de Zaragoza, el pago al contratista se efectuará mediante transferencia bancaria a la entidad financiera y en la cuenta que se señale.

10. ORGANO DE CONTRATACIÓN

El órgano de contratación será el Sr. Coordinador del área de Economía, Innovación y Empleo. La supervisión de la ejecución del contrato será llevada a cabo por el Servicio de Mercados y de Promoción del Comercio.

11. OTRAS NORMAS DE APLICACIÓN

Los trabajadores del contratista no adquirirán vínculo laboral con el Ayuntamiento de Zaragoza y éste no asumirá responsabilidad alguna respecto de las obligaciones existentes entre el contratista y sus empleados, aun cuando las medidas que en su caso adopten sean consecuencia directa o indirecta del cumplimiento, incumplimiento, interpretación o resolución del contrato

La presentación de proposiciones supone por parte del licitador la aceptación incondicional de las cláusulas de esta Memoria y la declaración responsable de que reúne todas y cada una de las condiciones exigidas para contratar con el sector público.

Para solicitar información adicional o complementaria o aclaraciones, los licitadores podrán dirigirse al siguiente correo electrónico dinamizacionmercados@zaragoza.es y al teléfono 976724865.

Una vez presentada la documentación, ésta no podrá ser modificada bajo ningún pretexto.

Cada licitador podrá presentar una única proposición en el plazo señalado en el anuncio de licitación.

I.C. de Zaragoza, a 3 de septiembre de 2020

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>
Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LzixMjE3MjA0VDE\$

NOMBRE DOC.	Memoria descriptiva			PÁGINA 6 / 6
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
ANA M OBON LIZAMA	El/La Técnico/a	07/09/2020	6819068	
RAMIRO PARDO BERGES	Responsable de la Unidad Administrativa	07/09/2020	6819407	
FRANCISCO JAVIER PUY GARCES	Responsable del Órgano de Contratación	07/09/2020	6819525	