

INFORME JUSTIFICATIVO DE NECESIDAD PARA LA REALIZACIÓN DE UN CONTRATO PARA LA PRESTACIÓN DEL «SERVICIO DE DISEÑO Y GESTIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA EDICIÓN DE 2024 DEL MERCADILLO DE LAS TRADICIONES DE ANAGA».

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD.

1.1. INTRODUCCIÓN

La Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife es un medio propio del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, cuyo objeto social radica en la realización de cuantas acciones sean de interés para el desarrollo económico y social del Municipio. Es por ello por lo que, desde su creación en el año 2000, esta entidad se ha caracterizado por su alta implicación en la realización de actividades y/o acciones que impulsen la economía de Santa Cruz de Tenerife, haciendo hincapié en las áreas de Comercio, Turismo, Formación y Empleo.

En este sentido, la Sociedad de Desarrollo ha ideado un nuevo proyecto piloto de dinamización en los Distritos cuyo objetivo es la activación socioeconómica de los 5 distritos de Santa Cruz de Tenerife. Este proyecto -cuya denominación no se ha definido de momento- tendrá como objeto la realización de una **experiencia única en cada uno de los Distritos del Municipio de Santa Cruz de Tenerife durante los meses de octubre y noviembre de 2024.**

La experiencia única a realizar en el marco de este proyecto piloto en el Distrito Anaga es la celebración de una nueva edición del Mercadillo de las Tradiciones de Anaga -en adelante, el mercadillo-, un evento ya reconocido en el Municipio –especialmente-, con gran relevancia para el desarrollo del comercio y de los productores y artesanos locales, que permite resaltar las tradiciones y la cultura de la zona de Anaga.

Este informe justificativo de necesidad se emite con el fin de iniciar un procedimiento de licitación pública, que permita contratar un servicio «*llave en mano*», para la correcta celebración del Mercadillo.

1.2. DETALLE DE LAS ACTIVIDADES

El proyecto piloto de dinamización en los Distritos se caracteriza por su marcado enfoque innovador, local y participativo: es una iniciativa de desarrollo local dado que potencia el impulso del comercio y restauración, de manera deslocalizada en el Municipio con acciones en cada uno de sus distritos; participativa al promover muy activamente la involucración de los siguientes actores clave en la ejecución de las experiencias incluidas en este proyecto piloto:

- Distritos del Municipio, con los que se firmarán los correspondientes convenios de colaboración.
- Agentes territoriales de zonas.



La ejecución del proyecto piloto supondrá la realización de experiencias únicas en las zonas de mayor concentración comercial de cada uno de los Distritos de la Ciudad.

Para una correcta ejecución de estas experiencias únicas, el diseño, organización, gestión y ejecución de cada una de ellas contará con tres ejes de actuación principales:

- **EJE TÉCNICO**

En este eje se incluirá el conjunto de acciones a desarrollar relacionadas con la denominación de las actividades, definición de sus objetivos, organización, captación de participantes, estrategia de utilización de producto local y de Km0 (cuando aplique), involucración -cuando sea necesario en base a cada experiencia- de otros agentes de la cadena de valor tanto de ámbito comercial como turístico (Zona Centro, Club Producto Degusta Santa Cruz, etc.), así como la supervisión y seguimiento general de todo el proyecto.

- **EJE LOGÍSTICO**

Todas las experiencias se desarrollarán, previsiblemente, a pie de calle y en espacios al aire libre. Esto da lugar a la necesidad de realizar, entre otras, determinadas acciones a nivel logístico: creación de planos de ubicación de actividades, solicitud de permisos, presentación de memorias técnicas, montaje y desmontaje de infraestructuras, etc.

- **EJE DE COMUNICACIÓN**

Bajo un eslogan identificativo del proyecto de dinamización, la Sociedad de Desarrollo ejecutará una campaña de comunicación *online* y *offline* para el conjunto de las cinco experiencias, facilitando y brindando una experiencia integral y enriquecedora tanto para los participantes en las actividades como para los visitantes que acudan a cada una de las cinco experiencias.

No obstante, aunque la comunicación del proyecto piloto se hará de forma unificada por parte de la Sociedad de Desarrollo, será necesario desarrollar la identidad visual individualizada de cada una de las experiencias, así como realizar otras acciones que apoyen las campañas de marketing generales. La identidad visual será implementada en las infraestructuras y elementos que compongan el espacio donde se celebrará el Mercadillo, así como en las acciones de comunicación que la Sociedad de Desarrollo realice en el marco de la campaña de comunicación.

Como se ha mencionado, gracias a este proyecto piloto de dinamización en los Distritos se ejecutarán cinco experiencias en cada distrito de tal forma que:

- En el Distrito Salud- La Salle se llevará a cabo una Feria del Vino a finales de noviembre,
- En el Distrito Centro-Ifara se organizará el conocido y ya relevante «Plenilunio»,
- En el Distrito Suroeste se prevé realizar un Recorrido Gastronómico,
- En el Distrito Ofra-Costa Sur se celebrará el Día del Comercio, y



- Por último **-y objeto de este informe de necesidad-**, en Anaga se celebrará una nueva edición del «**Mercadillo de las Tradiciones de Anaga**», previsiblemente el 23 de noviembre de 2024.

El Mercadillo es una actividad ya conocida por los residentes y no residentes del municipio. Creado con el fin de potenciar el desarrollo del producto local y de promover, preservar y difundir la cultura y las tradiciones canarias, este Mercadillo es una actividad con un impacto importante, capaz de atraer a un significativo número de visitantes, motivo que ha dado lugar a la celebración de incluso más de una edición al año (como fue el caso de 2023, en el que se celebraron dos ediciones).

Además, la celebración de esta nueva edición del Mercadillo permitirá dar continuidad a las acciones realizadas en el marco de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI) «Anaga en el corazón – Santa Cruz de Tenerife», específicamente en lo relativo a la línea de Actuación 8 de promoción económica y social.

El éxito de las ediciones anteriores, la buena acogida tanto del público visitante como de los participantes en el Mercadillo¹, los valores que transmite esta actividad y la relevancia de este evento motivan la celebración de una nueva edición del Mercadillo de las Tradiciones de Anaga en el proyecto piloto de dinamización en Distritos.

Es por ello, que **se establece** la necesidad de contratar el «**SERVICIO DE DISEÑO Y GESTIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA EDICIÓN DE 2024 DEL MERCADILLO DE LAS TRADICIONES DE ANAGA**».

A la vista de la exigencia resultante del artículo 118.1 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante, LCSP), en concordancia con lo señalado en el artículo 28 de la expresada LCSP, es de significar que:

- La actuación contratada es adecuada e idónea al fin perseguido.
- Se ha justificado que no se ha alterado voluntariamente el objeto de este contrato para evitar las reglas generales de contratación. La necesidad que se pretende satisfacer está justificada y no supone un fraccionamiento intencionado de un objeto mayor.

Los servicios que se pretenden contratar se entienden de forma unificada, son indivisibles y se considera que es la forma más eficiente de alcanzar los objetivos propuestos.

1.3. ALINEACIÓN ESTRATÉGICA

El proyecto piloto de dinamización en los Distritos, en general, se alinea estratégicamente con lo establecido en:

¹ <https://tiempodecanarias.com/noticia/vida-publica/cientos-de-personas-visitaron-el-segundo-mercadillo-de-las-tradiciones-de-anaga>



- El eje 4 de «**Dinamización e impulso del consumo**» del «**Plan Director de Comercio de Santa Cruz de Tenerife**» para el periodo 2023-2028, específicamente con el objetivo estratégico 2 «**OE2: Aprovechar las sinergias que ofrecen los recursos culturales y patrimoniales de la ciudad como elementos para la potenciación del comercio**» y en los objetivos específicos: «**1.1 Poner en marcha acciones que incentiven un mayor consumo de los productos y servicios de los comercios de la ciudad**» y «**1.2. Crear una propuesta comercial basada en el aprovechamiento de los recursos culturales y patrimoniales que ofrece la ciudad**»
- El eje 3 de «**Producto y marketing del Destino de santa Cruz de Tenerife**» del «**Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife**» para el periodo 2023-2027, en concreto con:
 - ◆ El programa «**P009 – Consolidación de la marca turística Santa Cruz**», en cuyos objetivos destaca «**Potenciar una marca turística que englobe los atributos del destino y de protagonismo a la participación de la comunidad local y sus visitantes**».
 - ◆ El programa «**P012 – Gastronomía**» que tiene como objetivos, entre otros, los siguientes: «**Buscar el reconocimiento de la gastronomía local como patrimonio cultural**», «**potenciar la identidad culinaria, los productos locales y la gastronomía del destino turístico**» y «**la creación y desarrollo de productos y experiencias de turismo gastronómico asociados con el municipio**».

Esta alineación estratégica se justifica por los siguientes aspectos:

- El marcado carácter tradicional de este Mercadillo, en el que asiduamente participan tanto artesanos como productores de la zona de Anaga que elaboran sus productos de forma tradicional, fomentando el aprovechamiento de los recursos culturales de la zona.
- El fomento continuo del cultivo local y el uso de producto de Km0, potenciando, por una parte, un consumo sostenible y, por otra parte, poniendo en valor las producciones de Anaga.

Específicamente, en la segunda edición del Mercadillo celebrada en 2023 participaron un total de 13 artesanos y productores, destacando la presencia de:

- Apicultores y queserías de Anaga.
- Asociaciones que pretenden recuperar el cultivo del café en Anaga, como el caso de AGROANAGA.
- Asociaciones de vecinos de Anaga (Asociación de mujeres Laurisilva de María Jiménez, AA.VV. Ibaute, AA.VV. El Pescador, etc.).

Además, el desarrollo de una nueva edición del Mercadillo se alinea estratégicamente también con dos iniciativas -en la actualidad activas- gestionadas y lideradas por la Sociedad de Desarrollo:



- [*«Santa Cruz es Comercio»*](#), una iniciativa que sirve de «escaparate» para los más de 1.400 comercios adheridos hoy en día en el Municipio y que tiene como objetivo ser la plataforma de referencia de los consumidores y consumidoras tanto de Santa Cruz de Tenerife como del resto de la Isla. En esta plataforma se publica información de interés para los usuarios -eventos, campañas comerciales en activo y noticias- y cuenta con un directorio funcional, georreferenciado y actualizado en el que aparecen los comercios adheridos (pudiendo ser filtrados por categorías).
- [*«Club Producto Degusta Santa Cruz»*](#)-, un Club de Producto cuyo principal objetivo es *«Desarrollar y promocionar el sector de la gastronomía del municipio a través de la implementación de diferentes acciones en torno a las experiencias culinarias auténticas, tradicionales e innovadoras, permitiendo al turista, a los visitantes y a las personas residentes experimentar en la ciudad diferentes actividades y productos relacionados con la gastronomía del municipio»*, acorde a lo indicado en su Manual de Gestión. Este Club fomenta y potencia la utilización de productos de Km0, incorporando a toda la cadena de valor gastro turística del Municipio.

Por último, el proyecto piloto en general, como la realización de esta nueva edición del Mercadillo en particular, se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, específicamente con los siguientes: «ODS3: Salud y Bienestar»; «ODS8: Trabajo decente y Crecimiento Económico»; «ODS10: Reducción de las Desigualdades» y, por último, «ODS11: Ciudades y comunidades Sostenibles».

1.4. OBJETIVOS

El desarrollo de esta experiencia en el Distrito de Anaga pretende conseguir los siguientes objetivos:

- Reconocer la labor realizada por los productores y artesanos de Anaga.
- Posicionar la identidad cultural y gastronómica de Anaga entre los visitantes del Mercadillo.
- Fomentar el desarrollo económico del Municipio, a través del consumo de producto local.
- Dinamizar el Distrito de Anaga.
- Atraer visitantes del resto del Municipio y de fuera del mismo.
- Posicionar el Mercadillo de las Tradiciones de Anaga como evento referente de ámbito cultural de Santa Cruz de Tenerife.
- Fomentar la participación de diferentes agentes involucrados: Distrito, agentes territoriales, productores, artesanos, etc.



1.5. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo al que se pretende atraer con la realización de esta nueva edición del Mercadillo de las tradiciones de Anaga es el siguiente:

- Residentes de todo el Municipio, y del Distrito de Anaga en particular.
- Residentes del resto de la isla.
- Agentes partícipes de la cadena de valor gastro turística de la Isla.

1.6 INSUFICIENCIA DE MEDIOS

De conformidad con el art. 116.4 f) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 se informa que se pretende llevar la contratación de un servicio de diseño y gestión, organización y ejecución la edición de 2024 del Mercadillo -que se celebrará, previsiblemente el 23 de noviembre de 2024- como experiencia incluida en el proyecto piloto de dinamización en los Distritos, promovido por la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife.

El objeto del servicio requiere de un alto grado de coordinación de acciones, así como de una dedicación exclusiva debido a la complejidad asociada a la ejecución de este tipo de eventos. Ni los recursos ni el personal del que dispone el Área de Turismo y Comercio de Sociedad de Desarrollo son suficientes para asegurar una ejecución en tiempo y forma de un evento de esta magnitud, por lo que se precisa realizar una contratación externa que realice un servicio «llave en mano».

2. OBJETO

El objeto del presente expediente es la contratación de un servicio de diseño y gestión, organización y ejecución de la edición de 2024 del «*Mercadillo de las Tradiciones de Anaga*».

El objeto contractual se corresponde con el siguiente código de la nomenclatura Vocabulario Común de Contratos (CPV) de la Comisión Europea, conforme al Reglamento (CE) número 213/2008 de la Comisión de 28 de noviembre de 2007 que modifica el Reglamento (CE) número 2195/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, por el que se aprueba el Vocabulario común de contratos públicos (CPV), y las Directivas 2004/17/CE y 2004/18/CE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los procedimientos de los contratos públicos, en lo referente a la revisión de los códigos CPV:



- **79000000-4** Servicios a empresas: legislación, mercadotecnia, asesoría, selección de personal, imprenta y seguridad.
- **79341000-6** Servicios de publicidad.
- **79342000-3** Servicios de marketing.
- **79413000-2** Servicios de consultoría en gestión de marketing.
- **79952000** Servicios de eventos.
- **92300000** Servicios de entretenimiento o similar.

2.1 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LAS NECESIDADES

Este servicio consiste en el diseño y gestión, organización y ejecución de una edición del Mercadillo, que se celebrará previsiblemente el 23 de noviembre de 2024 en la zona de San Andrés, si bien la ubicación exacta será indicada por la Sociedad de Desarrollo. Se estima necesario que este servicio sea un «servicio llave en mano», es decir, implicará una gestión integral de todos los aspectos necesarios con la ejecución del evento. No obstante, en este contrato se exceptúa la realización de las siguientes acciones por parte de la empresa adjudicataria, con el fin de garantizar una correcta asignación de recursos:

- La solicitud de permisos o autorizaciones de Ocupación de Vía Pública y certificados pertinentes, que correrá por cuenta de la Sociedad de Desarrollo. Esto se debe a que la Sociedad de Desarrollo contará con un servicio externo de ingeniería (de carácter transversal) que desarrollará estas acciones para este contrato y para otros que requieran la realización de acciones similares.
- La campaña de comunicación en medios (*online* y *offline*) del Mercadillo, que será implementada por la Sociedad de Desarrollo, ya que esta entidad dispondrá, a corto plazo, de una contratación externa encargada de realizar toda la comunicación institucional de la Sociedad de Desarrollo.

La empresa adjudicataria para dar cumplimiento al objeto del contrato deberá desarrollar las acciones contempladas a continuación:

→ Acciones técnicas

- Gestión integral de los participantes (productores y artesanos):
 - Definir las condiciones de participación.
 - Realizar la captación de participantes (máximo 15 productores / artesanos, a razón de 1 carpa de 3x3 por participante).
 - Gestionar las inscripciones de los participantes.



- Gestionar la selección de participantes, que deberán cumplir con las disposiciones legales que les sean de preceptiva aplicación.
- Otras acciones que sean necesarias para la correcta gestión integral de los participantes.

La Sociedad de Desarrollo podrá facilitar a una relación de participantes en ediciones anteriores del Mercadillo.

- Gestión integral de los puestos y productos:
 - Garantizar que los puestos del Mercadillo cuenten con los requisitos y permisos en cuanto a las normas de seguridad, salud, higiene, legislación fiscal y laboral.
 - Otras acciones que sean necesarias para la correcta gestión integral de los puestos y productos.
- Generación de la documentación necesaria para la posterior solicitud por parte de la Sociedad de Desarrollo de los permisos de Ocupación Pública. Si bien la Sociedad de Desarrollo se encargará de la solicitud de los permisos, la adjudicataria generará la documentación necesaria para la consecución de los mismos. Así, se requerirá que la empresa adjudicataria elabore:
 - Memoria técnica detallada de las acciones que tendrán lugar el día del evento que permita conocer qué acciones, cuándo y cómo tendrán lugar.
 - Certificado previo estructural, que contendrá:
 - ◆ Descripción de las estructuras junto la acreditación de la seguridad de la instalación prevista.
 - ◆ Ubicación (planos).
 - ◆ Características, superficie, altura, capacidad portante y sistemas de arriostramiento.
 - ◆ Justificación, cuando proceda, del cumplimiento del art. 32 del R.D. 2816/1982, de 27 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento de Policía de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, así como que cumplen con el art. 21 del Decreto 86/2013, de 1 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento de Actividades Clasificadas y Espectáculos Públicos).
 - Memoria técnica de sonido o estudio de impacto acústico.
 - Plan de Seguridad del Evento.
 - Otra documentación que sea requerida por la Sociedad de Desarrollo para la consecución de la correspondiente licencia de actividad y/o permisos.



- Gestión integral de las acciones de dinamización.
 - La empresa adjudicataria deberá asegurar la realización de las siguientes acciones de dinamización mínimas:

ACCIONES DE DINAMIZACIÓN	
TIPO	N.º DE UNIDADES
Talleres infantiles temáticos	2
Pases de «marching bands»	2
Acciones de dinamización infantiles novedosas / innovadoras	2
Acciones de dinamización para el público general	A propuesta

Talleres infantiles temáticos:

Los talleres infantiles estarán destinados a niños y niñas de entre 5 y 14 años y deberán asociarse a temáticas relacionadas con el fomento de las tradiciones canarias. Deberán ser talleres sostenibles que promuevan el cuidado del Medio Ambiente. Se realizarán en carpas 5x5.

Para la realización de estos talleres, la adjudicataria deberá contar con, como mínimo, 4 monitores/as acorde a la siguiente distribución:

Nº DE MONITORES/AS MÍNIMO POR TALLER	2
Nº MÁXIMO DE NIÑOS A CARGO DE CADA MONITOR/A	15
AFORO MÁXIMO DE CADA TALLER INFANTIL	30

Pases de «marching bands».

Se requiere la contratación de al menos, dos pases de «marching bands» de, al menos, media hora de duración. Estos pases se realizarán de forma itinerante en el interior del Mercadillo.

Acciones de dinamización infantiles novedosas/innovadoras.

Se deberá realizar una propuesta que incluya la realización de dos acciones novedosas / innovadoras destinadas a niños y niñas de entre 5 y 14 años. Deberán ser dos acciones diferentes y se llevarán a cabo en una carpa 5x5. La propuesta será objeto de evaluación mediante la aplicación de criterios sujetos a juicios de valor en las ofertas presentadas por las licitadoras, por lo que esta deberá cumplir con los aspectos indicados en el apartado 5 «Criterios de valoración», subapartado 2, epígrafe ii.

Acciones de dinamización para el público general.



Las licitadoras propondrán en su memoria técnica acciones de dinamización para el público en general que participe en el Mercadillo. Estas acciones se realizarán en la carpa 5x5. Al igual que en el apartado anterior, la propuesta de acciones de dinamización para el público general serán objeto de evaluación mediante la aplicación de criterios sujetos a juicios de valor en las ofertas presentadas por las licitadoras, por lo que la propuesta deberá cumplir con los aspectos indicados en el apartado 5 «Criterios de valoración», subapartado 2, epígrafe iii.

- La empresa adjudicataria deberá elaborar un programa detallado que incluya todas las acciones de dinamización que se realizarán en el Mercadillo con el fin de atraer visitantes. Este programa deberá incluir en detalle los horarios de cada una de las acciones de dinamización.
- Otras acciones que sean necesarias para la correcta gestión integral de la dinamización a implementar en el Mercadillo.
- Gestión integral de las necesidades materiales de ejecución del Mercadillo. La empresa adjudicataria deberá realizar las siguientes acciones:
 - Contratar y gestionar la instalación de las siguientes infraestructuras o elementos mínimos exigidos:

NECESIDADES MATERIALES MÍNIMAS EXIGIDAS	
ELEMENTOS	UNIDADES
ESTRUCTURAS, MOBILIARIO Y MEDIDAS DE SEGURIDAD	
Carpa 3x3 m.	17
Carpa 5x5 m.	3
Mesas 2x1 m.	40
Sillas plegables	70
Vallas 2x1 m.	120
Extintor Polvo ABC	10
SONIDO	
Logística básica de sonido	1
ACOMETIDAS ELÉCTRICAS	
Grupos electrógenos	2
Luz y enchufe en carpas	20
Acometida a logística básica de sonido	1
Traslado de acometidas (c/40 m.)	5
Certificado de Inst. B.T.	1
BAÑOS QUÍMICOS	



Cabinas regulares de baños químicos	4
Cabinas adaptadas de baños químicos	2

Cabe aclarar los siguientes aspectos en relación con los elementos o infraestructuras a instalar:

- Todos los elementos deberán ser removibles y se deberá considerar en su elaboración o fabricación criterios de sostenibilidad, siempre que sea posible.
 - La empresa adjudicataria no tendrá la obligación de incorporar en los puestos a utilizar por los productores equipos de refrigeración por lo que, en caso de ser necesario, será el productor quien deba aportar este tipo de equipo.
- Contratar un Seguro de Responsabilidad Civil con las garantías suficientes para el evento.
 - Contratar los servicios de limpieza para el mantenimiento del recinto y del área de influencia, definir las medidas higiénicas.
 - Contratar los servicios de vigilancia privada para la custodia de las instalaciones e infraestructuras del Mercadillo. El servicio de vigilancia constará de al menos, 3 vigilantes.
- Se deberá contemplar la vigilancia de toda la zona del Mercadillo desde la finalización del montaje de infraestructuras e instalaciones hasta la finalización del desmontaje de estas, no siendo necesario el servicio de vigilancia mientras el Mercadillo se encuentre abierto.
- Se deberá facilitar al Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife y/o a la Sociedad de Desarrollo contacto telefónico de los/as responsables del servicio de vigilancia operativo las 24 horas.
- Ni el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife ni la Sociedad de Desarrollo, en ningún caso, se harán responsables de las pérdidas o sustracciones que puedan sufrir los/as participantes en el Mercadillo.
- Contratación de un dispositivo sanitario que esté presente durante las horas de duración del evento. Debe incluir, al menos una ambulancia de Servicio Vital Básico y el personal mínimo necesario para la correcta actuación de este dispositivo si fuera necesario.
 - Otras acciones que sean necesarias para la correcta gestión integral de las necesidades materiales de ejecución del Mercadillo.
- Definir y evaluar los indicadores de proceso e impacto del Mercadillo Tradicional de Anaga. Al tratarse de un proyecto piloto se considera necesario



medir y/o estimar el impacto de la celebración del Mercadillo. Por ello, se requerirá que el licitador:

- Realice encuestas de satisfacción a los participantes (productores y artesanos) tras la celebración del Mercadillo. Para ello, la Sociedad de Desarrollo pondrá a disposición de la adjudicataria el modelo de encuesta realizada a los participantes de las ediciones anteriores, que podrá ser mejorado por parte de la adjudicataria.
- Coordinación in situ el día del Mercadillo. El coordinador adscrito al proyecto deberá estar presente el día de celebración del Mercadillo, con el fin de supervisar el correcto desarrollo del evento.
- Realizar una memoria final de ejecución detallada, en la que se incluyan las actuaciones desarrolladas en el servicio, así como sus principales resultados, la propuesta de mejoras para futuras ediciones y la valoración de los participantes.

Esta memoria será entregada en el plazo máximo de una semana tras la celebración del Mercadillo.

→ **Acciones logísticas:**

- Gestionar la organización e instalación de las necesidades materiales para la correcta ejecución del Mercadillo, con los mínimos indicados en el cuadro del apartado de infraestructuras.
- Elaborar un cronograma de planificación de montajes y desmontajes.
- Otras acciones que sean necesarias para correcta ejecución y coordinación logística relacionada con el Mercadillo.

→ **Acciones de comunicación:**

- Elaborar y/o adaptar la identidad visual del Mercadillo, aplicaciones de esta, creativities y adaptaciones (banners, diseños creativos que sirvan para la creación de landing pages, redes sociales, etc.) infografías o recursos similares, que sirvan como «input» para la campaña de promoción en medios que realizará la Sociedad de Desarrollo. La identidad visual deberá adaptarse a la identidad visual del proyecto de dinamización en los Distritos y a la identidad visual de ediciones anteriores del Mercadillo.

Esta acción será a demanda por parte de la Sociedad de Desarrollo, que solicitará el número de «inputs» que estime necesario.

- Los días de celebración del Mercadillo se cubrirán mediante un servicio de generación de imágenes y videos que puedan servir para el uso de estos por parte de Sociedad de Desarrollo.
- Diseño y producción de elementos (acorde a la identidad visual):



- Cartel, lona o producción similar que permita identificar la entrada del mercadillo.
- Un roll-up (0,60m x 2m) que deberá ser ubicado en la entrada del Mercadillo.
- Cartel identificativo de tamaño adecuado para su instalación en cada una de las carpas ocupadas por los productores y artesanos que participen en el Mercadillo.
- Camisetas para el personal a cargo de las acciones de dinamización y para el personal técnico que participe en el Mercadillo.

Todas las producciones deberán ser validadas con el personal responsable de la Sociedad de Desarrollo y del Distrito Anaga.

2.1.1 Entregables asociados a la ejecución del servicio.

La empresa adjudicataria deberá hacer entrega en tiempo y forma de los siguientes entregables.

E1: Programa detallado relativo a las acciones de dinamización. Este entregable será puesto a disposición del Órgano de Contratación en los primeros quince días transcurridos desde la formalización del contrato.

E2: Memoria final de ejecución. Este entregable será puesto a disposición del Órgano de Contratación en el plazo de una semana tras la celebración del Mercadillo.

Además, la empresa adjudicataria deberá hacer entrega de la documentación indicada en el apartado «Generación de la documentación necesaria para la posterior solicitud por parte de la Sociedad de Desarrollo de los permisos de Ocupación Pública» de este documento.

2.1.2 Organización y obligaciones del Servicio.

La adjudicataria deberá utilizar Google Drive para el archivo de la documentación y todos los entregables generados, a compartir con el órgano contratante. Todos los archivos deberán ser nombrados según su objeto y archivados en función de su naturaleza.

La Sociedad de Desarrollo y el Distrito de Anaga supervisarán y validarán en todo el periodo de contratación, las acciones contempladas en este contrato.

La empresa adjudicataria correrá a cargo de todos los costes de desplazamiento, equipamiento, material, recursos técnicos, etc. necesario para el desarrollo del contrato.

2.1.3 Requisitos del equipo de trabajo

Para el desarrollo de las actividades contempladas en el apartado «2.1. Descripción técnica de las necesidades» se deberá adscribir al contrato los siguientes perfiles profesionales:



- **1 Jefe/a de proyecto / coordinador.** Este perfil se encargará de la coordinación, ejecución y seguimiento global de este contrato, así como de la calidad de los trabajos realizados. Actuará de interlocutor de la empresa adjudicataria. Dedicará el 100,00% de su jornada laboral en exclusiva a este proyecto.
 - **Titulación mínima exigida:** Deberá disponer de titulación Universitaria de Nivel MECES 2, preferentemente del ámbito de: Economía, Administración de Empresas, Derecho, Comunicación audiovisual, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas o equivalente.
 - **Experiencia laboral específica exigida:**
 - Experiencia acreditada de al menos 2 años en gestión de proyectos de desarrollo local.

- **1 Diseñador/a gráfico:** Este perfil se encargará de la creación de la identidad visual del mercadillo y de realizar todas las actividades indicadas en el apartado 2.1 de este informe de necesidad, específicamente en el subapartado «Acciones de Comunicación». Además, dará soporte al coordinador del proyecto, por lo que este perfil también dedicará el 50,00% de su jornada laboral a este proyecto.
 - **Titulación mínima exigida:** Deberá disponer de titulación de grado superior o universitaria de la rama de enseñanza de Arte y Humanidades en los ámbitos de Diseño Gráfico, Bellas Artes u otros afines.
 - **Experiencia laboral específica exigida:**
 - Experiencia en proyectos de diseño gráfico de al menos 2 años.

La acreditación de estos perfiles profesionales se realizará mediante la presentación de la siguiente documentación:

- Acreditación de la titulación mínima exigida: Título/s académico/s o certificados correspondientes.
- Acreditación de la experiencia laboral específica exigida:
 - Certificados de servicios prestados emitidos por las empresas o entidades que han recibido los mismos.

2.1.4 Seguimiento

Se realizará, como mínimo, las siguientes reuniones:

1. Reunión de inicio de proyecto.
2. Reuniones de seguimiento semanal, tantas como semanas dure la ejecución del contrato, para coordinar todas las actividades, acciones y tareas del contrato.
3. Reunión de cierre de proyecto. Una vez celebrado el Mercadillo.



4. Reuniones monográficas o específicas convocadas por la Sociedad de Desarrollo o por la empresa adjudicataria.

En estas reuniones participará el personal técnico de la Sociedad de Desarrollo, el personal del Distrito Anaga el personal de otras Áreas Municipales (si fuera necesario para la correcta ejecución del contrato), así como el equipo de trabajo adscrito al proyecto por parte de la empresa adjudicataria.

La Sociedad de Desarrollo podrá solicitar, al inicio de cada una de las reuniones, el levantamiento y posterior envío de un acta de reunión, documento que deberá ser elaborado por la empresa adjudicataria y enviado al personal responsable de la Sociedad de Desarrollo.

2.2 JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE NO CREAR LOTES POR TIPO DE SERVICIOS.

Realizar todas las acciones indicadas en el apartado 2.1 de este documento en tiempo y forma y demás, de forma coordinada da lugar a la necesidad de no crear lotes por tipo de servicios. Cabe destacar que en este contrato se prevé la realización de actividades técnicas, logísticas y de comunicación con un alto grado de interrelación cuyo fin último es la celebración de un evento de gran alcance y con grandes dificultades técnicas. Si se dividiera este contrato en lote en base, por ejemplo, a cada tipo de acciones (técnicas, logísticas y de comunicación), se podrían dar las siguientes situaciones:

- Existencia de un alto grado de descoordinación generalizada entre los lotes y el Órgano de Contratación.
- Dificultades para la correcta ejecución en tiempo y forma del proyecto.
- Existencia de un riesgo importante de no alcanzar los objetivos previstos.
- Incoherencia en la imagen de unidad que se prevé proyectar.
- Ineficiencia en la utilización de recursos disponibles, tanto a nivel económico (la división en lotes podría derivar en un incremento de costes asociados a la falta de unidad entre las contrataciones y al sobrecoste de gestión técnica de los contratos), como personales (sería necesario invertir un mayor número de horas para el diseño, gestión, adjudicación, ejecución y justificación de los diferentes expedientes de contratación).

2.3. CONDICIONES Y REQUISITOS TÉCNICOS GENERALES

- Se estima una duración máxima del evento de 7 horas. Se prevé que el evento se realice entre las 11:00h y las 17:00h, si bien este horario podría ser modificado por la Sociedad de Desarrollo .
- Se deberán mantener los bienes de dominio público ocupados, así como la zona limítrofe o afectada a los mismos, en buen estado de limpieza, higiene,





mantenimiento, conservación y funcionamiento, y abonar los daños y perjuicios por los desperfectos ocasionados a los mismos. Todas las obras deberán contar con la autorización del Ayuntamiento.

- Sin perjuicio de las obras que requiera el montaje y la ejecución de las instalaciones, la adjudicataria no podrá efectuar en los bienes cedidos de titularidad municipal otras innovaciones o modificaciones de clase alguna cualquiera que sea su clase o entidad, sin la previa autorización formal del Ayuntamiento.
- Será responsabilidad de la adjudicataria el cumplimiento de la obligación, por parte de todos/as los/as participantes, de depositar en cajas o bolsas, diariamente, la basura generada por su propia parada en los diferentes puntos habilitados a tal efecto y, especialmente, los días de montaje y desmontaje deberá quedar agrupada al máximo posible, cumpliendo la normativa municipal de gestión de residuos.
- La actividad deberá realizarse en óptimas condiciones de seguridad, sanidad, salubridad, higiene y limpieza, en las instalaciones, enseres, utensilios y mobiliario, y en las personas y productos empleados, según la legislación vigente, siendo la adjudicataria la responsable en este sentido.
- La documentación relativa a la ejecución de las acciones previstas en el contrato se entregará de forma que permita realizar un seguimiento adecuado del mismo por parte la Sociedad de Desarrollo, permitiendo así la revisión del contenido de las acciones y sus resultados posteriores.
- Toda la documentación se entregará en soporte digital. Deberá ser clara y concisa, de forma que permita cumplir las funciones para las que ha sido elaborada.
- Toda la información y documentación elaborada dentro del presente servicio pasará a ser propiedad de la Sociedad de Desarrollo y por defecto del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, pudiendo ambas entidades hacer uso libre de ella, incluyendo su publicación por los medios que se estime oportunos.
- La empresa adjudicataria promoverá activamente la adhesión de los productores y artesanos que participen en el Mercadillo en el directorio de la iniciativa [«Santa Cruz es Comercio»](#), siempre que cumplan los requisitos de adhesión a la iniciativa.
- De la misma forma, la empresa adjudicataria también promoverá la adhesión de los productores locales que participen en el Mercadillo en el [«Club Producto Degusta Santa Cruz»](#), siempre que cumplan los requisitos de adhesión del Club.
- La Sociedad de Desarrollo y el Distrito de Anaga serán corresponsables de la toma de decisiones asociada a este contrato de servicio, al conformar la Comisión de Seguimiento del Contrato.

3. DURACIÓN DEL CONTRATO



La duración del contrato abarca el periodo comprendido entre la formalización del contrato y hasta el 30 de noviembre de 2024.

4. PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

El presupuesto base de la licitación se ha obtenido realizando los siguientes cálculos y estimaciones: Se establece como presupuesto base de licitación, como pago por todas las acciones realizadas incluidas en el apartado 2.1 de este documento, el siguiente:

COSTES DIRECTOS ASOCIADOS LAS ACCIONES	20.557,33 €
COSTES SALARIALES	8.600,58 €
COSTES INDIRECTOS (14,00%)	4.082,11 €
COSTES TOTALES	33.240,02 €
BENEFICIO INDUSTRIAL (6,00%)	1.994,40 €
PRESUPUESTO BASE DE LA LICITACIÓN (sin IGIC)	35.234,42 €
IGIC (7,00%)	2.466,41 €
PRESUPUESTO BASE DE LA LICITACIÓN (con IGIC)	37.700,83 €

Así, el presupuesto base de la licitación asciende a la cantidad de **TREINTA Y SIETE MIL SETECIENTOS EUROS CON OCHENTA Y TRES CÉNTIMOS (37.700,83 €)**. En esta cantidad se encuentra incluido el correspondiente 7,00% de Impuesto General Indirecto Canario (IGIC), que asciende a **DOS MIL CUATROCIENTOS SESENTA Y SEIS EUROS CON CUARENTA Y UN CÉNTIMOS (2.466,41 €)**.

En las cantidades anteriormente referidas la referida cantidad se entiende incluida la totalidad de los conceptos que comprenda la prestación del servicio acorde a lo exigido en el apartado 2.1 de este documento, así como cualesquiera costes, suplidos, tasas, impuestos, honorarios u otros equivalentes derivados de la realización del servicio, todos los cuales serán, en su caso, por cuenta del contratista.

Dicho importe está determinado analizando los componentes del servicio en su totalidad mediante sondeos de mercado y experiencias previas acumulando los costes directos, indirectos, gastos y el porcentaje de beneficio industrial, así como en lo definido en las tablas salariales del Convenio Colectivo de Empresas de Publicidad.

La forma de pago será la siguiente:

- Un 30,00% del importe ofertado por el licitador, tras la presentación del entregable E1 (Programa) indicado en el apartado «2.1.1. ENTREGABLES ASOCIADOS A LA REALIZACIÓN DEL SERVICIO».



- El restante 70,00% del importe ofertado por el licitador, tras la presentación del entregable E2 (Memoria final) indicado en el apartado «2.1.1. ENTREGABLES ASOCIADOS A LA REALIZACIÓN DEL SERVICIO».

5. CRITERIOS DE VALORACIÓN

La valoración de las ofertas presentadas por las licitadoras será valorada acorde a los siguientes criterios:

1. Criterios evaluables mediante fórmulas (máximo 60 puntos).

1.1. REDUCCIÓN DEL PRECIO (máximo 30 puntos):

Se otorgará la puntuación más alta posible, es decir, **30 puntos**, a la oferta económica más ventajosa.

El resto de las ofertas obtendrán una puntuación resultada de aplicar la siguiente fórmula:

$$P = (P_m \times M_o) \div P_o$$

Donde:

P= Puntuación a obtener por la oferta que se valora

P_m = Puntuación máxima del criterio

M_o = Mejor oferta económica de todas las valoradas

P_o = Precio propuesto en la oferta que se valora

1.2. MEJORA PROPUESTA EN EL NÚMERO DE TALLERES INFANTILES POR ENCIMA DEL MÍNIMO EXIGIDO (máximo 30 puntos).

En el apartado «2.1 Descripción Técnica de las Necesidades», subapartado «Acciones Técnicas», epígrafe «Gestión integral de las acciones de dinamización» se describe la relación de acciones de dinamización (para niños y niñas y talleres infantiles) a realizar. En dicha tabla, se establece la obligación de realizar, al menos, 2 talleres infantiles. Todos los talleres infantiles deben ser diferentes.

Este criterio, evaluado mediante fórmulas, tiene como objetivo incrementar el número de talleres infantiles diferentes a realizar (establecido en dos talleres).

Cada una de las unidades adicionales propuestas deberán cumplir con los requisitos técnicos, logísticos y de monitores establecidos para los "Talleres infantiles temáticos" como requisitos mínimos en el apartado "2.1 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LAS NECESIDADES" y responder a temáticas diferentes.

Las mejoras se valorarán de la siguiente forma:



INCREMENTO EN EL NÚMERO DE TALLERES INFANTILES	PUNTUACIÓN
1 unidad adicional	15 puntos
2 unidades adicionales	30 puntos

2. Criterios sujetos a juicio de valor (máximo 40 puntos)

Para la valoración de los criterios sujetos a juicios de valor, las licitadoras deberán presentar una memoria técnica que incluya el siguiente contenido:

- i. DETALLE DE ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA PROPUESTA POR PARTE DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA PARA DESARROLLAR EL CONJUNTO DE LAS ACCIONES A REALIZAR EN EL MARCO DEL CONTRATO.

Las licitadoras deberán definir y desarrollar el detalle de actividades y la metodología propuestas para la ejecución en tiempo y forma del contrato, garantizando la calidad del servicio prestado.

- ii. RELACIÓN DE ACCIONES DE DINAMIZACIÓN INFANTILES NOVEDOSAS / INNOVADORAS.

En el apartado «2.1 Descripción Técnica de las Necesidades», subapartado «Acciones Técnicas», epígrafe «Gestión integral de las acciones de dinamización» se indica una relación de actividades de dinamización infantiles novedosas / innovadoras mínimas a realizar. Se requiere que las licitadoras elaboren una propuesta que contenga el detalle de las dos acciones de dinamización propuestas.

Se hace hincapié en que no se trata de incrementar el número de unidades o pases de cada una de las acciones de dinamización novedosas / innovadoras, sino que se trata de que las licitadoras desarrollen una propuesta detallada de las acciones de dinamización propuestas.

La propuesta deberá incluir: una descripción detallada de las 2 acciones de dinamización a realizar -que deberán ser diferentes-, duración, definición del componente novedoso / innovador, justificación de la selección, aforo máximo establecido en la acción y número de monitores previsto. Se deberá respetar el ratio de 15 participantes como máximo por cada monitor/a. En esta memoria técnica que sirve para valorar los criterios sujetos a juicio de valor **NO SE DEBE INCLUIR INFORMACIÓN ALGUNA SOBRE LA POSIBLE OFERTA DE LA EMPRESA PARA EL CRITERIO "1.2. MEJORA PROPUESTA EN EL NÚMERO DE TALLERES INFANTILES POR ENCIMA DEL MÍNIMO EXIGIDO"**; de ser así es motivo de exclusión del procedimiento.

- iii. OTRAS ACCIONES DE DINAMIZACIÓN PARA EL PÚBLICO EN GENERAL.

En el apartado «2.1 Descripción Técnica de las Necesidades», subapartado «Acciones Técnicas», epígrafe «Gestión integral de las acciones de dinamización»





se menciona la realización de actividades de dinamización para el público en general, si bien no se indica un número mínimo. Se requiere en este caso que las licitadoras elaboren una propuesta que contenga una relación de acciones de dinamización para el público general asistente al Mercadillo en la que se detalle: la descripción de las acciones de dinamización a realizar, duración, número de pases o unidades, justificación de la selección y aforo máximo establecido en la acción (si procede).

iv. PROPUESTA DE MERCHANDISING DEL MERCADILLO

Las licitadoras deberán incluir en su propuesta técnica la relación del merchandising que será distribuido entre los participantes del mercadillo, así como el número de unidades de cada elemento de merchandising que serán distribuidas.

Esta memoria técnica tendrá una extensión máxima de 15 páginas, en formato A4. Se utilizará un tamaño de fuente de 11 puntos, interlineado sencillo (1 punto) y márgenes normales. La portada, índice y la contraportada no formarán parte del cómputo del número de páginas. La memoria se deberá estructurar acorde al contenido relacionado en el párrafo anterior. De constatarse el incumplimiento de alguna de las características de la memoria técnica, no se realizará la valoración de los criterios sujetos a juicios de valor, obteniendo, por ende, una puntuación de 0 puntos.

Los criterios sujetos a juicio de valor establecidos en base a los cuáles será valorada la memoria técnica son los siguientes:

2.1. CALIDAD DEL DETALLE DE ACTIVIDADES Y LA METODOLOGÍA PROPUESTA EN LA MEMORIA TÉCNICA (máximo 10 puntos).

Se valorará que:

- a) El detalle de actividades y la metodología propuesta se adecue a:
 - a. La alineación estratégica definida en el apartado 1.3 de este documento
 - b. Al público objetivo definido en el apartado 1.5 de este documento y;
 - c. Al objeto del contrato descrito en el apartado 2 de este documento.
- b) El grado de descripción y concisión de la propuesta, el nivel de claridad y la propuesta de valor.

2.2. PROPUESTA DE ACCIONES DE DINAMIZACIÓN INFANTILES NOVEDOSAS / INNOVADORAS (máximo 10 puntos).

Se valorará:

- (1) Que la propuesta incluya 2 acciones diferentes novedosas / innovadoras.



(2) El componente novedoso o innovador y la justificación aportada.

2.3. PROPUESTA DE ACCIONES DE DINAMIZACIÓN PARA EL PÚBLICO GENERAL (máximo 10 puntos).

Se valorará:

(1) El grado de adecuación de las acciones de dinamización propuestas para la atracción del público general.

2.4. PROPUESTA DE MERCHANDISING (máximo 10 puntos).

Se valorará:

(1) La fabricación de merchandising con materiales sostenibles.

(2) La adecuación del merchandising a las características del evento.

(3) La adecuación de las unidades propuestas en base al público asistente estimado.

Las empresas licitadoras deberán tener 20 puntos o más en los criterios evaluables mediante juicio de valor para continuar el procedimiento.

Cada uno de los criterios sujetos a juicios de valor serán evaluados acorde a los grados de actuación expuestos a continuación. Las puntuaciones referidas se entenderá como intervalos que pueden cubrirse en la totalidad de su extensión, de acuerdo con el criterio técnico correspondiente, sin que haya de otorgarse el porcentaje específico referido en el cuadro:

Evaluación de los criterios sujetos a juicios de valor	%
Excelente	100,00%
Bueno	75,00%
Apto	50,00%
Suficiente	25,00%
Insuficiente	0,00%

A continuación, se expone una tabla resumen de todos los criterios de valoración y la puntuación propuesta:

1. CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS (MÁXIMO 60 PUNTOS)	60
1.1. REDUCCIÓN DE PRECIO (Máximo 30 puntos)	30
1.2. MEJORAS PROPUESTAS EN EL NÚMERO DE TALLERES INFANTILES POR ENCIMA DEL MÍNIMO EXIGIDO (Máximo 30 puntos)	30
1 unidad adicional a las mínimas exigidas.	15
2 unidades adicionales a las mínimas exigidas.	30
2. CRITERIOS SUJETOS A JUICIOS DE VALOR (MÁXIMO 40 PUNTOS)	40



2.1. CALIDAD DEL DETALLE DE ACTIVIDADES Y LA METODOLOGÍA PROPUESTA EN LA MEMORIA TÉCNICA	10
2.2. PROPUESTA DE ACCIONES DE DINAMIZACIÓN INFANTILES NOVEDOSAS / INNOVADORAS	10
2.3. PROPUESTA DE ACCIONES DE DINAMIZACIÓN PARA EL PÚBLICO GENERAL	10
2.4. PROPUESTA DE MERCHANDISING	10
VALORACIÓN TOTAL	100

6. ADJUDICATARIO Y SUS OBLIGACIONES

Para satisfacer esta necesidad la empresa que resulte adjudicataria del servicio tendrá como obligaciones las descritas en el apartado 2.1 de servicios específicos que se precisan.

Además, la empresa adjudicataria deberá designar una persona como interlocutora válida para la presente contratación, poniendo al efecto una dirección de correo electrónico, así como un teléfono móvil disponible, de lunes a viernes, en horario de 8:00 a 16:00 horas, debiendo además estar disponible durante toda la duración del contrato.

Para el control y seguimiento por la Sociedad de Desarrollo, se podrá establecer las instrucciones y orientaciones que estime pertinentes para la correcta realización del objeto del contrato y se convocarán cuantas reuniones de seguimiento sean necesarias para su adecuado desarrollo.

Asimismo, la empresa se compromete a facilitar, por escrito y en los términos y condiciones requeridos por la Sociedad de Desarrollo, cualquier tipo de información que vaya vinculada al presente contrato en el plazo máximo de 24 horas.

La empresa adjudicataria deberá cubrir eventualidades, como bajas por enfermedad o accidente, absentismo laboral, permisos laborales y sindicales, y otras causas debidamente justificadas, que deberán ser cubiertas.

La empresa adjudicataria no podrá utilizar por sí ni proporcionar a terceros datos algunos de los trabajos contratados, ni publicar, total o parcialmente, el contenido de estos sin autorización escrita de la Sociedad de Desarrollo. Asimismo, deberá observar reserva absoluta de la información obtenida en el desarrollo de estos.

Los informes y todos los datos en ellos contemplados, así como los que de ellos resulten, serán propiedad exclusiva de Sociedad de Desarrollo.

Del mismo modo, contarán con carácter confidencial, y no podrán ser publicados, ni en todo ni en parte, o utilizados de cualquier otro modo sin la expresa y previa autorización escrita de Sociedad de Desarrollo. En ningún momento, el adjudicatario podrá hacer declaraciones públicas sobre los proyectos, sin la expresa y previa autorización de Sociedad de Desarrollo.



7. PROCEDIMIENTO.

Teniendo en cuenta las características descritas, la adjudicación se llevará a cabo por el procedimiento de licitación abierta. En ese sentido, el Órgano de Contratación será la consejera delegada de la Sociedad de Desarrollo, que cuenta con la solvencia y habilitación profesional suficiente para su ejecución.

A la vista de lo expuesto,

Se propone la realización del contrato para la prestación del «SERVICIO DE DISEÑO Y GESTIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA EDICIÓN DE 2024 DEL MERCADILLO DE LAS TRADICIONES DE ANAGA».

En Santa Cruz de Tenerife, a la fecha de la firma

Cosme Luis Cabrera
Coordinador del Área de Turismo y Comercio
Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife
(Documento firmado electrónicamente)

