



DE: CONCEJALÍA DE DESARROLLO LOCAL, PROMOCIÓN ECONÓMICA, COMERCIO, SECTOR PRIMARIO Y TURISMO.

DIRIGIDO A: INTERVENCIÓN / SECRETARÍA.

ASUNTO: CONTRATO DE SERVICIOS DE EJECUCIÓN Y DESARROLLO DE EVENTOS DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA Y COMERCIAL 2024 EN EL MUNICIPIO DE GUÍA DE ISORA, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO SUMARIO TRAMITACIÓN ORDINARIA.

Expediente: 811/2024

El artículo 116 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"), establece en su apartado 1 que: *"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."*

A su vez, el artículo 28 de la LCSP *"las entidades del sector público no podrán celebrar otros contratos que aquellos que sean necesarios para el cumplimiento y realización de sus fines institucionales, y 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"*.

En cumplimiento de lo dispuesto en los precitados artículos, D. M^a Zarifa Abdelhamid Montesinos en calidad de técnico de la Concejalía de Desarrollo Local, emite el siguiente INFORME-PROPUESTA:

1. NECESIDADES A SATISFACER CON LA CONTRATACIÓN.

El Ayuntamiento de Guía de Isora pretende llevar a cabo una serie de eventos de dinamización turística y comercial a largo del ejercicio 2024, con la intención de fomentar la presencia de consumidores, turistas y visitantes en las ZCA del municipio, favorecer la dinamización comercial y en consecuencia el consumo en los comercios locales.

En este sentido, la puesta en marcha de eventos de promoción turística, del comercio local e incentivo de las compras, sirve tanto de escaparate a las empresas locales, como de atractivo turístico, aprovechando el incremento tanto del número de visitantes como de la ocupación en los establecimientos hoteleros en el municipio, en determinadas épocas del año.

Las necesidades que se pretenden satisfacer con el desarrollo de este servicio son:



- Crear y consolidar una profunda sensación de marca que arraigue en los valores de Guía de Isora como marca comercial a la vez que darle un espacio comercial y lúdico propio.
- Expandir esta imagen comercial y dotar de carácter propio a la acciones que se desarrollen a lo largo del 2024, haciendo que visitantes de toda la isla quieran venir a visitarnos, incentivando el consumo en los establecimientos del municipio.
- Atender la demanda de una serie de acciones consolidadas en las ZCA del municipio.

Por todo ello, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 28 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, se hace constar la idoneidad del objeto y del contenido del contrato proyectado para satisfacer estas necesidades siendo necesario, por tanto, la tramitación del correspondiente expediente de contratación.

2. OBJETO DEL CONTRATO.

Constituye el objeto del contrato pretendido la prestación de los servicios de necesarios para llevar a cabo la organización y puesta en marcha de market y actividades de dinamización comercial en las ZCA, el impulso de la imagen de las acciones de dinamización comercial en la calle, la organización y puesta en marcha de campaña de incentivo de las compras en el comercio local, el impulso de la imagen de campaña de incentivo de las compras en el comercio local y la organización y puesta en marcha de market gastronómico y actividades de dinamización comercial en las ZCA; para la ejecución y el desarrollo de los eventos de dinamización turística y comercial durante el 2024, tal y como se detallan en el apartado 4 del PPT.

El objeto del contrato corresponde a los siguientes C.P.V. (Nomenclatura de Vocabulario Común de Contratos de la Comisión Europea) con números:

- 79950000-8 (Servicios de organización de exposiciones, ferias y congresos).
- 92000000-1 (Servicios de esparcimiento, culturales y deportivos)

Los códigos CPV reflejados se corresponden con los contenidos en el REGLAMENTO (CE) Nº 213/2008 de 28 de noviembre de 2007 que modifica el Reglamento (CE) nº 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 del CPV.

3. DIVISIÓN EN LOTES.

En cuanto a la división por lotes se establece en el artículo 99 de objeto del contrato 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 lo siguiente:

"Siempre que la naturaleza o el objeto del contrato lo permitan, deberá preverse la realización independiente de cada una de sus partes mediante su división en lotes, pudiéndose





reservar lotes de conformidad con lo dispuesto en la disposición adicional cuarta.

No obstante lo anterior, el órgano de contratación podrá no dividir en lotes el objeto del contrato cuando existan motivos válidos, que deberán justificarse debidamente en el expediente, salvo en los casos de contratos de concesión de obras.

En todo caso se considerarán motivos válidos, a efectos de justificar la no división en lotes del objeto del contrato, los siguientes:

a) El hecho de que la división en lotes del objeto del contrato conlleve el riesgo de restringir injustificadamente la competencia. A los efectos de aplicar este criterio, el órgano de contratación deberá solicitar informe previo a la autoridad de defensa de la competencia correspondiente para que se pronuncie sobre la apreciación de dicha circunstancia.

b) El hecho de que, la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del contrato dificultara la correcta ejecución del mismo desde el punto de vista técnico; o bien que el riesgo para la correcta ejecución del contrato proceda de la naturaleza del objeto del mismo, al implicar la necesidad de coordinar la ejecución de las diferentes prestaciones, cuestión que podría verse imposibilitada por su división en lotes y ejecución por una pluralidad de contratistas diferentes. Ambos extremos deberán ser, en su caso, justificados debidamente en el expediente."

En relación a la contratación del servicio de ejecución y desarrollo de eventos de dinamización turística y comercial durante 2024 en el municipio de Guía de Isora, dada la naturaleza e interconexión de las acciones a ejecutar y objetivos comunes, a juicio de quien suscribe, no procede la división en lotes del objeto del contrato, ya que la naturaleza de dicho objeto hace necesaria, para su correcta ejecución, la coordinación de las diferentes prestaciones que lo integran, que podría verse imposibilitada por su división en lotes y ejecución por una pluralidad de contratistas diferentes.

Asimismo, debe indicarse que el objeto contractual facilita la concurrencia de PYMEs, atendiendo a los requisitos de solvencia económica y técnica requeridos que están adaptados a sectores especializados acordes a la capacidad de las PYMEs.

4. PLAZO DE DURACIÓN DEL CONTRATO.

4.1.- Duración del contrato.- La duración del contrato, en cuanto a derechos y obligaciones de las partes contratantes, se extenderá desde el día de la firma del correspondiente documento contractual, hasta la devolución o cancelación de la garantía definitiva si esta existiese, y en su defecto, hasta la finalización del plazo de ejecución de las prestaciones del contrato.

4.2.- Plazo de duración de la prestación del servicio objeto del contrato.-

4.2.1.- Plazo de ejecución.- El plazo de ejecución del servicio será desde la firma del contrato hasta la finalización del mes de noviembre de 2024, sin posibilidad de prórroga, de conformidad con las determinaciones contenidas en el artículo 29 de la LCSP. El citado plazo se computará de fecha a fecha, tomando como referencia la firma de aceptación por la persona contratista de la resolución de adjudicación.





4.2.2.- Prorrogaciones especiales.-

4.2.2.1.- Retraso en la ejecución por motivos no imputables al contratista.- Sin perjuicio de la no admisión de prórroga del contrato y de conformidad con lo establecido en el artículo 195.2 de la LCSP; cuando el retraso en la ejecución del contrato fuese producido por motivos no imputables al contratista y éste ofreciera cumplir sus compromisos si se le amplía el plazo inicial de ejecución, el órgano de contratación se lo concederá dándole un plazo que será, por lo menos, igual al tiempo perdido, a no ser que el contratista pidiese otro menor.

El responsable del contrato emitirá un informe donde se determine si el retraso fue producido por motivos imputables al contratista.

4.2.2.2.- Continuidad de la prestación a realizar.- No obstante lo establecido en los apartados anteriores y, a tenor del contenido del párrafo 5 del artículo 29.4 de la LCSP, cuando al vencimiento de un contrato no se hubiera formalizado, el nuevo contrato que garantice la continuidad de la prestación a realizar por el contratista como consecuencia de incidencias resultantes de acontecimientos imprevisibles para el órgano de contratación producidas en el procedimiento de adjudicación y existan razones de interés público para no interrumpir la prestación, se podrá prorrogar el contrato originario hasta que comience la ejecución del nuevo contrato y en todo caso por un periodo máximo de nueve meses, sin modificar las restantes condiciones del contrato, siempre que el anuncio de licitación del nuevo contrato se haya publicado con una antelación mínima de tres meses respecto de la fecha de finalización del contrato originario.

En este caso, en atención a la naturaleza imprevisible de esta prórroga, cuya aplicación no deriva de la voluntad del órgano de contratación, la misma no se tomará en consideración a efectos de fijar el valor estimado, ni será de aplicación la obligación de preaviso anteriormente referida.

4.3.- En el caso de contratos de servicios llamados de “actividad”, en los que el contratista presta el servicio de manera regular y continuada, el plazo debe fijarse como plazo de duración. No obstante, cuando hay establecido un plazo de ejecución fijo, el posible retraso en la adjudicación respecto de dicha fecha inicialmente fijada tendrá como efectos una reducción del plazo de ejecución, y en consecuencia, de las prestaciones del contratista, dando lugar a una reducción del precio así como del importe de la garantía definitiva.

En todo caso, en relación con el plazo de duración de los contratos y de ejecución de la prestación, se deberá tener en cuenta lo dispuesto en el artículo 29 LCSP.

5. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN Y VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

El presupuesto base de licitación de la contratación, asciende a la cantidad de **CINCUENTA Y CUATRO MIL TRESCIENTOS SETENTA EUROS, (54.370,00 €)** incluidos costes directos e indirectos y otros eventuales gastos, más más **TRES MIL OCHOCIENTOS CINCO EUROS CON NOVENTA CENTIMOS (3.805,90 €)**, en concepto de IGIC, al tipo del 7% de IGIC, lo que hace un total de **CINCUENTA Y OCHO MIL CIENTO SETENTA Y CINCO EUROS CON NOVENTA CENTIMOS (58.175,90 €)**

Anualidad	Servicio	Precio SIN IGIC	IGIC (7%)	Total
-----------	----------	-----------------	-----------	-------





2024	Evento TIPO 1 “Market ZCA 1”	14.950,00 €	1.046,50 €	15.996,50 €
	Evento TIPO 2 “#Welcome! Guía de Isora”	6.490,00 €	454,30 €	6.944,30 €
	Evento TIPO 3 “Market gastronómico”	14.990,00 €	1.049,30 €	16.039,30 €
	Evento TIPO 4 “Market ZCA 2”	14.950,00 €	1.046,50 €	15.996,50 €
	Evento TIPO 5 “Dinamización comercial ZCA Guía casco”	2.990,00 €	209,30 €	3.199,30 €
PRESUPUESTO BASE DE LA LICITACIÓN		54.370,00 €		
IGIC 7%			3805,90 €	
TOTAL			58.175,90 €	

Para los cálculos de los importes asignados a esta contratación se ha tenido en cuenta los gastos imputados en contratos anteriores, así como presupuestos de empresas actuales.

Dicho valor incluye los costes directos e indirectos y otros eventuales gastos precisos para su ejecución, y además el coste de los salarios de las personas empleadas para su ejecución, sin que se hayan estimado posibles prórrogas ni modificaciones del contrato conforme al art. 101 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de la Ley de Contratos del Sector Público, teniendo en cuenta su ajuste a los valores del mercado.

El presupuesto base de licitación, de conformidad con el artículo 100.2 de la LCSP, se desglosa en la siguiente tabla:

Presupuesto Ejecución	Coste Directo (PE)	Gastos Generales (13% CD)	Beneficio Industrial (6% CD)	Costes Indirectos (GG+BI)	Valor Estimado (CD+CI)	IGIC (7% VE)	Presupuesto Base (VE+IGIC)
45.689,08 €	45.689,08 €	5.939,58 €	2.741,34 €	8.680,92 €	54.370,00 €	3.805,90 €	58.175,90€

A efectos de determinar la publicidad y el procedimiento de adjudicación, el valor estimado de la contratación (artículo 101 de la LCSP), sin incluir el IGIC, que deberá soportar la Administración, debido a que la presente contratación no incluye prórrogas ni modificaciones será de CINCUENTA Y CUATRO MIL TRESCIENTOS SETENTA EUROS, (54.370,00 €).

Existencia de crédito: El contrato se financiará en su totalidad (100%) por el Ayuntamiento, con arreglo al siguiente desglose:

Anualidad	Importe	IGIC (7%)	Total
2024 (Julio- Noviembre)	54.370,00 €	3.805,90 €	58.175,90 €





A continuación se describen los eventos y las acciones concretas que comprenden y que conforman el servicio objeto de este contrato:

EVENTO TIPO 1:

Servicio	Prestaciones obligatorias
Organización y puesta en marcha de market y activ. de dinamización comercial en las ZCA	<p>Realización de un evento tipo market en una de las ZCA del municipio, cuyo lugar, día y horario será establecido por el Área de Promoción Económica dentro del periodo correspondiente a la contratación.</p> <p>Este servicio comprende:</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>15 puestos</u> de diferentes sectores como <u>moda, calzados, complementos, salud, belleza y bienestar, decoración y hogar, electrónica e informática</u>, que estén decorados. <u>Por puesto</u>, al menos una carpa con cerramientos laterales de mín. 3x3 m., una mesa de mín. 250x75 cm. y dos sillas.- La <u>gestión de las inscripciones</u> de los comercios participantes (con un <u>mínimo de 15 comercios</u>), <u>visita y explicación</u> a los participantes acerca del funcionamiento de la normativa de participación.- La realización de un <u>sorteo con boletos (o similar) obtenidos por compras en el market</u>. Incluye los materiales necesarios para el sorteo (urnas, speaker, música ambiente, etc.) y la gestión de los datos personales de los participantes, en su caso.- La <u>gestión y entrega de los obsequios en forma de vales descuento o cheques-regalo a los ganadores del sorteo que se realice en el market</u> (obsequios con un valor aproximado de al menos 500 €. Por ejemplo: 5 cheques-regalo de 100 € a gastar en los comercios participantes en el market, durante la semana posterior a los mismos)- La <u>gestión y entrega de los</u>





	<p><u>obsequios especiales a los ganadores del sorteo del market</u> (obsequios con un valor aproximado de al menos 1.000 €. Por ejemplo: viajes, estancias de hotel, cestas de productos, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none">- En su caso, liquidación a los comercios <u>proveedores de obsequios.</u>- Se realizarán al menos <u>2 acciones de dinamización,</u> para complementar el market, consistente al menos una de ellas, en la actuación de Dj's dinamizadores.- <u>Gestión de la comunicación</u> con los participantes <u>pre y post campaña,</u> a través de la creación de un grupo de Whatsapp.- El servicio deberá incluir, en su caso, <u>equipos de sonido e iluminación.</u>- El servicio deberá incluir, en su caso la <u>acometida eléctrica (electricidad de baja tensión).</u>- El servicio deberá incluir, en su caso, la <u>redacción y la implementación del Plan de Seguridad.</u> Además, las instalaciones provisionales a montar tendrán que contar con sus <u>certificaciones correspondientes</u> que acrediten el correcto montaje y funcionamiento, así como la <u>certificación por parte de un técnico competente,</u> si fuese necesario. Los planes de seguridad deberán ser presentados como <u>mínimo 15 días antes</u> de la celebración de las acciones.- El servicio deberá incluir, en su caso, el alquiler de los elementos que se consideren necesarios para asegurar la seguridad del evento y que así queden reflejados en el Plan de Seguridad (<u>ambulancias, extintores, sanitarios portátiles, botiquín de primeros auxilios, etc.)</u>
<p>Impulso de la imagen de las acciones de dinamización comercial en la calle</p>	<p>Servicio que deberá contener de manera general:</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>Diseño y creatividad original</u> del evento (cartel y adaptaciones para medios), al menos en <u>español e inglés.</u> Se deberá diseñar una campaña <u>inédita</u> pero respetando los patrones de ediciones





anteriores.

- Impresión y colocación de al menos 30 **carteles** en tamaño mínimo DinA3 para los paneles informativos municipales.

- Adaptación e inserción en español e inglés de toda la publicidad de la campaña en las RRSS municipales (Facebook, Instagram, etc) y gestión de dichas RRSS durante la campaña.

- Producción e inserción de **1 cuña de radio en español** de al menos 30 segundos de duración en al menos 2 radios comarcales (2 pases al día durante 15 días, por radio).

- Producción e inserción de **1 cuña de radio en inglés** de al menos 30 segundos de duración en al menos 1 radio comarcal (2 pases al día durante 15 días).

- Servicio de **megafonía en español e inglés**, al menos 2 veces por semana por zona (costa y medianía del municipio) durante 15 días.

- Impresión y colocación de 1 **cartel identificativo** en tamaño mínimo DinA3 por cada comercio participante en el market. Se colocarán en las diferentes carpas. Incluye los carteles para la identificación del resto de carpas complementarias.

- Impresión y colocación de **carteles**, en tamaño mínimo DinA3, con información sobre el market, sus participantes, plano de distribución, actuaciones y/o actividades de dinamización, fundamentos del sorteo, etc. en español e inglés

- Impresión y colocación de al menos 30 **carteles** en tamaño mínimo DinA3 para los paneles informativos municipales.

- Impresión y entrega de al menos 100 **boletos** (o similar) por comercio participante en el market, para el sorteo de los obsequios.

- Colocación de las urnas necesarias para la realización del sorteo.

- En su caso, diseño e impresión de los **vales** para los ganadores de los



	<p>diferentes obsequios que se sorteen en el market.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La realización de un video promocional de las diferentes acciones del evento (al menos 30 segundos de duración y que deberá ser publicado en RRSS). <u>Este video deberá contar con subtítulos en inglés.</u> El video promocional deberá anunciar el evento <u>antes</u> del inicio del mismo. - Servicio de fotografía que recoja todas las acciones que se desarrollen en el market. <u>Deberá entregarse</u> al Ayuntamiento de Guía de Isora, archivos con las imágenes en bruto, además de una selección de las mejores fotos de la actividad que serán publicadas en redes sociales.
--	---

EVENTO TIPO 2:

Servicio	Prestaciones obligatorias
<p>Organización y puesta en marcha de una campaña de incentivo de las compras en el comercio local</p>	<p>Realización de una campaña de incentivo de las compras en el comercio local durante la época de verano. Los días y horarios serán establecidos por el Área de Promoción Económica dentro del periodo correspondiente a la contratación.</p> <p>La participación estará abierta a <u>todos los comercios</u> del municipio de los sectores de: <u>moda y complementos, salud, belleza y bienestar, decoración y hogar, electrónica e informática.</u></p> <p>Este servicio comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La gestión de las inscripciones de los comercios participantes (con un <u>mínimo de 50 comercios</u>), visita y explicación a los participantes acerca del funcionamiento de la normativa de participación. - La gestión y entrega de los obsequios a los clientes (obsequios con un valor aproximado de 1.000 €. Por ejemplo: viajes, estancias de hotel, cestas de productos, etc.) - En su caso, liquidación a los comercios proveedores de obsequios.





	<ul style="list-style-type: none">- La <u>gestión y entrega de obsequios a los comercios participantes</u> (obsequios con un valor aproximado de 1.000 €. Por ejemplo: alfombrillas).- <u>Gestión de la comunicación</u> con los participantes <u>pre y post campaña</u>, a través de la creación de un grupo de Whatsapp.
Impulso de la imagen de la campaña de incentivo de las compras en el comercio local	<p>Servicio que deberá contener de manera general:</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>Diseño y creatividad original</u> del evento (cartel y adaptaciones para medios), al menos en <u>español e inglés</u>. Se deberá diseñar una campaña <u>inédita</u> pero respetando los patrones de ediciones anteriores.- Impresión y reparto de al menos <u>1 cartel promocional</u> en tamaño mínimo DinA3 por comercio participante en la campaña.- Impresión y colocación de al menos 30 <u>carteles</u> en tamaño mínimo DinA3 para los paneles informativos municipales.- Impresión y reparto de al menos 10.200 <u>tarjetas tipo rasca</u> de un tamaño mínimo 12x7 cm, tinta rascable plata solo por una cara, 350 grs. estucado semi-mate, plastificado brillo 1/C y con el diseño y datos básicos de la campaña, en <u>español e inglés</u>.- Adaptación e inserción en <u>español e inglés</u> de toda la publicidad de la campaña en las RRSS municipales (Facebook, Instagram, etc) y gestión de dichas RRSS <u>durante la campaña</u>.- Producción e inserción de <u>1 cuña de radio en español</u> de al menos 30 segundos de duración en al menos 1 radio comarcal (2 pases al día durante 15 días).- Producción e inserción de <u>1 cuña de radio en inglés</u> de al menos 30 segundos de duración en al menos 1 radio comarcal (2 pases al día durante 15 días).- Servicio de <u>megafonía</u> en <u>español e inglés</u>, al menos 2 veces por semana por zona (costa y medianía del municipio) <u>durante toda la campaña</u>.



	<ul style="list-style-type: none"> - La realización de un video promocional de las diferentes acciones del evento (al menos 30 segundos de duración y que deberá ser publicado en RRSS). <u>Este video deberá contar con subtítulos en inglés.</u> El video promocional deberá anunciar el evento <u>antes</u> del inicio del mismo. - Así mismo se requerirá de un servicio de fotografía del día de la entrega de los obsequios a los clientes. <u>Deberá entregarse</u> al Ayuntamiento de Guía de Isora, archivos con las imágenes en bruto, además de una selección de las mejores fotos que serán publicadas en redes sociales
--	--

EVENTO TIPO 3:

Servicio	Características mínimas
<p>Organización y puesta en marcha de market gastronómico y activ. de dinamización comercial en las ZCA</p>	<p>Realización de un market gastronómico en una de las ZCA del municipio, cuyo lugar, día y horario será establecido por el Área de Promoción Económica dentro del periodo correspondiente a la contratación.</p> <p>Este servicio comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 15 puestos del sector de la restauración: <u>cafeterías y restaurantes</u> (que como mínimo sirvan tapas) y que estén decorados. <u>Por puesto</u>, al menos una carpa con cerramientos laterales de mín. 3x3 m., una mesa de mín. 250x75 cm. y dos sillas. - La gestión de las inscripciones de los establecimientos participantes (con un <u>mínimo de 15</u>), visita y explicación a los participantes acerca del funcionamiento de la normativa de participación. - Se realizarán al menos 2 acciones de dinamización, para complementar el market, consistente al menos una de ellas, en la actuación de Dj's dinamizadores. - Gestión de la comunicación con los participantes <u>pre y post campaña</u>, a través de la creación de un grupo de Whatsapp. - Alquiler y montaje de mesas y bancos de madera (estilo cervecero) necesarios para la zona de comedor del market.





	<ul style="list-style-type: none">- El servicio deberá incluir, en su caso, <u>equipos de sonido e iluminación.</u>- El servicio deberá incluir, en su caso la <u>acometida eléctrica (electricidad de baja tensión).</u>- El servicio deberá incluir, en su caso, la <u>redacción y la implementación del Plan de Seguridad.</u> Además, las instalaciones provisionales a montar tendrán que contar con sus <u>certificaciones correspondientes</u> que acrediten el correcto montaje y funcionamiento, así como la <u>certificación por parte de un técnico competente,</u> si fuese necesario. Los planes de seguridad deberán ser presentados como <u>mínimo 15 días antes</u> de la celebración de las acciones.- El servicio deberá incluir, en su caso, el alquiler de los elementos que se consideren necesarios para asegurar la seguridad del evento y que así queden reflejados en el Plan de Seguridad (<u>ambulancias, extintores, sanitarios portátiles, botiquín de primeros auxilios, etc.</u>)
<p>Impulso de la imagen de las acciones de dinamización comercial en la calle</p>	<p>Servicio que deberá contener de manera general:</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>Diseño y creatividad original</u> del evento (cartel y adaptaciones para medios), al menos en <u>español e inglés.</u> Se deberá diseñar una campaña <u>inédita</u> pero respetando los patrones de ediciones anteriores.- Impresión y colocación de 1 <u>cartel identificativo</u> en tamaño mínimo DinA3 por cada establecimiento participante en el market. Se colocarán en las diferentes carpas. Incluye los carteles para la identificación del resto de carpas complementarias.- Impresión y colocación de <u>carteles,</u> en tamaño mínimo DinA3, con información sobre el market, sus participantes, plano de distribución, actuaciones y/o actividades de dinamización, fundamentos del sorteo, etc. <u>en español e inglés</u>- Impresión y colocación de al menos 30 <u>carteles</u> en tamaño mínimo DinA3 para los paneles informativos municipales.



	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptación e inserción <u>en español e inglés</u> de toda la publicidad de la campaña en las RRSS municipales (Facebook, Instagram, etc) y gestión de dichas RRSS <u>durante la campaña</u>. - Producción e inserción de <u>1 cuña de radio en español</u> de al menos 30 segundos de duración en al menos 1 radios comarcal (2 pases al día durante 15 días, por radio). - Producción e inserción de <u>1 cuña de radio en inglés</u> de al menos 30 segundos de duración en al menos 1 radio comarcal (2 pases al día durante 15 días). - Servicio de <u>megafonía</u> en español e <u>inglés</u>, al menos 2 veces por semana por zona (costa y medianía del municipio) durante 30 días. - La realización de un <u>video promocional</u> de las diferentes acciones del evento (al menos 30 segundos de duración y que deberá ser publicado en RRSS). <u>Este video deberá contar con subtítulos en inglés</u>. El video promocional deberá anunciar el evento <u>antes</u> del inicio del mismo. - Así mismo se requerirá de un <u>Servicio de fotografía</u> que recoja todas las acciones que se desarrollen en el market. <u>Deberá entregarse</u> al Ayuntamiento de Guía de Isora, archivos con las imágenes en bruto, además de una selección de las mejores fotos de la actividad que serán publicadas en redes sociales.
--	--

EVENTO TIPO 4:

Servicio	Prestaciones obligatorias
Organización y puesta en marcha de market y activ. de dinamización comercial en las ZCA	<p>Realización de un evento tipo market en una de las ZCA del municipio, cuyo lugar, día y horario será establecido por el Área de Promoción Económica dentro del periodo correspondiente a la contratación.</p> <p>Este servicio comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>15 puestos</u> de diferentes sectores como <u>moda, calzados, complementos, salud, belleza y bienestar, decoración y hogar, electrónica e informática</u>, que estén





decorados. Por puesto, al menos una carpa con cerramientos laterales de mín. 3x3 m., una mesa de mín. 250x75 cm. y dos sillas.

- La gestión de las inscripciones de los comercios participantes (con un mínimo de 15 comercios), visita y explicación a los participantes acerca del funcionamiento de la normativa de participación.

- La realización de un sorteo con boletos (o similar) obtenidos por compras en el market. Incluye los materiales necesarios para el sorteo (urnas, speaker, música ambiente, etc.) y la gestión de los datos personales de los participantes, en su caso.

- La gestión y entrega de los obsequios en forma de vales descuento o cheques-regalo a los ganadores del sorteo que se realice en el market (obsequios con un valor aproximado de al menos 500 €. Por ejemplo: 5 cheques-regalo de 100 € a gastar en los comercios participantes en el market, durante la semana posterior a los mismos)

- La gestión y entrega de los obsequios especiales a los ganadores del sorteo del market (obsequios con un valor aproximado de al menos 1.000 €. Por ejemplo: viajes, estancias de hotel, cestas de productos, etc.)

- En su caso, liquidación a los comercios proveedores de obsequios.

- Se realizarán al menos 2 acciones de dinamización, para complementar el market, consistente al menos una de ellas, en la actuación de Dj's dinamizadores.

- Gestión de la comunicación con los participantes pre y post campaña, a través de la creación de un grupo de Whatsapp.

- El servicio deberá incluir, en su caso, equipos de sonido e iluminación.

- El servicio deberá incluir, en su caso la acometida eléctrica (electricidad de baja tensión).

- El servicio deberá incluir, en su caso, la redacción y la implementación del Plan de Seguridad. Además, las





	<p>instalaciones provisionales a montar tendrán que contar con sus <u>certificaciones correspondientes</u> que acrediten el correcto montaje y funcionamiento, así como la <u>certificación por parte de un técnico competente</u>, si fuese necesario. Los planes de seguridad deberán ser presentados como <u>mínimo 15 días antes</u> de la celebración de las acciones.</p> <ul style="list-style-type: none">- El servicio deberá incluir, en su caso, el alquiler de los elementos que se consideren necesarios para asegurar la seguridad del evento y que así queden reflejados en el Plan de Seguridad (<u>ambulancias, extintores, sanitarios portátiles, botiquín de primeros auxilios, etc.</u>)
<p>Impulso de la imagen de las acciones de dinamización comercial en la calle</p>	<p>Servicio que deberá contener de manera general:</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>Diseño y creatividad original</u> del evento (cartel y adaptaciones para medios), al menos en <u>español e inglés</u>. Se deberá diseñar una campaña <u>inédita</u> pero respetando los patrones de ediciones anteriores.- Impresión y colocación de al menos 30 <u>carteles</u> en tamaño mínimo DinA3 para los paneles informativos municipales.- Adaptación e inserción <u>en español e inglés</u> de toda la publicidad de la campaña en las RRSS municipales (Facebook, Instagram, etc) y gestión de dichas RRSS <u>durante la campaña</u>.- Producción e inserción de <u>1 cuña de radio en español</u> de al menos 30 segundos de duración en al menos 2 radios comarcales (2 pases al día durante 15 días, por radio).- Producción e inserción de <u>1 cuña de radio en inglés</u> de al menos 30 segundos de duración en al menos 1 radio comarcal (2 pases al día durante 15 días).- Servicio de <u>megafonía en español e inglés</u>, al menos 2 veces por semana por zona (costa y medianía del municipio) durante 15 días.





- Impresión y colocación de 1 **cartel identificativo** en tamaño mínimo DinA3 por cada comercio participante en el market. Se colocarán en las diferentes carpas. Incluye los carteles para la identificación del resto de carpas complementarias.
- Impresión y colocación de **carteles**, en tamaño mínimo DinA3, con información sobre el market, sus participantes, plano de distribución, actuaciones y/o actividades de dinamización, fundamentos del sorteo, etc. en español e inglés
- Impresión y colocación de al menos 30 **carteles** en tamaño mínimo DinA3 para los paneles informativos municipales.
- Impresión y entrega de al menos 100 **boletos** (o similar) por comercio participante en el market, para el sorteo de los obsequios.
- Colocación de las urnas necesarias para la realización del sorteo.
- En su caso, diseño e impresión de los **vales** para los ganadores de los diferentes obsequios que se sorteen en el market.
- La realización de un **video promocional** de las diferentes acciones del evento (al menos 30 segundos de duración y que deberá ser publicado en RRSS). Este video deberá contar con subtítulos en inglés. El video promocional deberá anunciar el evento antes del inicio del mismo.
- **Servicio de fotografía** que recoja todas las acciones que se desarrollen en el market. Deberá entregarse al Ayuntamiento de Guía de Isora, archivos con las imágenes en bruto, además de una selección de las mejores fotos de la actividad que serán publicadas en redes sociales.



EVENTO TIPO 5:

Servicio	Prestaciones obligatorias
<p>Organización y puesta en marcha de una campaña de incentivo de las compras en el comercio local</p>	<p>Realización de una campaña de incentivo de las compras en el comercio local durante las semanas previas a la Feria de Artesanía. Los días y horarios serán establecidos por el Área de Promoción Económica dentro del periodo correspondiente a la contratación.</p> <p>La participación estará abierta a <u>todos los comercios</u> del municipio de los sectores de: <u>moda y complementos, salud, belleza y bienestar, decoración y hogar, electrónica e informática.</u></p> <p>Este servicio comprenderá:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La gestión de las inscripciones de los comercios participantes (con un <u>mínimo de 30 comercios</u>), visita y explicación a los participantes acerca del funcionamiento de la normativa de participación. - La gestión y entrega de los obsequios en forma de vales descuento, cheques-regalo o productos locales (obsequios con un valor aproximado de 1.400 €) a través de un <u>stand decorado</u> con personal uniformado, que se habilitará en el recinto donde se celebre la Feria de Artesanía. - En su caso, liquidación a los comercios proveedores de obsequios. - Gestión de la comunicación con los participantes <u>pre y post campaña</u>, a través de la creación de un grupo de Whatsapp.
<p>Impulso de la imagen de la campaña de incentivo de las compras en el comercio local</p>	<p>Servicio que deberá contener de manera general:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño y creatividad original del evento (cartel y adaptaciones para medios), al menos en <u>español e inglés</u>. Se deberá diseñar una campaña <u>inédita</u> pero respetando los patrones de ediciones anteriores. - Impresión y reparto de al menos 1 cartel promocional en tamaño mínimo DinA3 por comercio participante en la campaña. - Impresión y colocación de al



	<p>menos 30 carteles en tamaño mínimo DinA3 para los paneles informativos municipales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adaptación e inserción <u>en español e inglés</u> de toda la publicidad de la campaña en las RRSS municipales (Facebook, Instagram, etc) y gestión de dichas RRSS <u>durante la campaña.</u> - Producción e inserción de 1 cuña de radio en español de al menos 30 segundos de duración en al menos 1 radio comarcal (2 pases al día durante 15 días). - Producción e inserción de 1 cuña de radio en inglés de al menos 30 segundos de duración en al menos 1 radio comarcal (2 pases al día durante 15 días). - Servicio de megafonía en español e inglés, al menos 2 veces por semana por zona (costa y medianía del municipio) durante 15 días. - La realización de un video promocional de las diferentes acciones del evento (al menos 30 segundos de duración y que deberá ser publicado en RRSS). <u>Este video deberá contar con subtítulos en inglés.</u> El video promocional deberá anunciar el evento <u>antes</u> del inicio del mismo. - Así mismo se requerirá de un servicio de fotografía el día de la entrega de los obsequios a los clientes. <u>Deberá entregarse</u> al Ayuntamiento de Guía de Isora, archivos con las imágenes en bruto, además de una selección de las mejores fotos que serán publicadas en redes sociales.
--	---

6. REVISIÓN DE PRECIOS.

De conformidad con lo establecido en el artículo 103 de la LCSP, no es de aplicación para el presente contrato, la revisión del precio del mismo.

7. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN.

El presente contrato se adjudicará por procedimiento **abierto simplificado sumario y tramitación ordinaria**, mediante pluralidad de criterios, en aplicación de los artículos 131, 145, 156, 157 y 159.6 de la LCSP; tomando como base los criterios de adjudicación, por considerarse adecuados para evaluar las características y condiciones de las correspondientes ofertas respecto al objeto del contrato de razón.





8. CALIFICACIÓN DEL CONTRATO.

El presente contrato se califica como un contrato administrativo de servicios, de acuerdo con lo establecido en los artículos 17 y 25 de la LCSP, no es susceptible de recurso especial en materia de contratación, de conformidad con lo establecido en el art. 44 y no está sujeto a regulación armonizada en virtud del art. 22.

9. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.

Conforme al artículo 77.1 b) de la LCSP, al tratarse de un contrato de servicios, para ser adjudicatario/a del presente contrato no es preciso estar en posesión de clasificación empresarial alguna, sin perjuicio de acreditar la correspondiente solvencia económica, financiera y técnica, por los medios establecidos en la cláusula siguiente.

10. JUSTIFICACIÓN DE LA SOLVENCIA.

Atendiendo a lo dispuesto en el artículo 159.6.b) de la LCSP, se eximirá a las personas licitadoras de la acreditación de la solvencia económica y financiera, técnica y/o profesional.

11. MEDIOS HUMANOS.

El personal dependerá del contratista adjudicatario en todo ámbito de organización (retribuciones, horario, etc.) y legal establecido, siendo éste el único responsable y obligado al cumplimiento de cuantas disposiciones legales resulten aplicables al caso, en especial en materia laboral, Seguridad Social y Prevención de Riesgos Laborales, por cuanto dicho personal en ningún caso tendrá vinculación jurídico-laboral con el Ayuntamiento de Guía de Isora, y ello con independencia de las facultades de control e inspección que correspondan al mismo.

12. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

De acuerdo con el artículo 145.1 LCSP, la adjudicación del contrato se tiene que realizar utilizando una pluralidad de criterios con la intención de obtener la mejor relación calidad-precio.

En relación con los criterios de adjudicación seleccionados para poner en valor la mejor relación calidad-precio a tenor de lo establecido en el artículo 145.2 LCSP y, de acuerdo con lo previsto en el apartado 2 del artículo 146 de la misma, se ha considerado oportuna la elección en exclusiva de criterios evaluables mediante aplicación de fórmula, dado que las características técnicas de los servicios objeto del contrato, así como las condiciones en las que debe realizarse aquél, se encuentran claramente definidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT), siendo cien (100) los puntos máximos a asignar a cada licitador.

En base a lo anteriormente expuesto, para la valoración de las propuestas y la determinación de la oferta más ventajosa se atenderá a los siguientes criterios de adjudicación:

A) **Criterio económico:** (máximo 49 Puntos).

A1) Mejor Oferta económica. Valoración: **hasta un máximo de 49 puntos.**

A los efectos de distribuir la puntuación, se seguirán las siguientes normas:





1. Todas las ofertas serán clasificadas por orden de mejor a peor respecto a este criterio.
2. Obtenido el orden de prelación de todas las ofertas, se asignará a la mejor oferta la máxima puntuación.
3. A las siguientes en el orden de prelación se les asignarán los puntos que proporcionalmente correspondan por su diferencia con la mejor oferta de acuerdo con la fórmula.

$$P = 49 \times \text{oferta más baja} / \text{oferta a valorar}$$

A aquellas proposiciones cuya oferta coincida con el tipo se les otorgará cero (0) puntos.

Se estima que debe atribuirse a este criterio una ponderación destacada, pues con ello se pretende conseguir un ahorro para el Ayuntamiento.

Se elige esta fórmula por su sencillez, ya que establece un criterio proporcional que permite la atribución de 49 puntos a la oferta que presente el precio más bajo, y al resto de propuestas se le asignarán los puntos que correspondan en proporción inversa a la oferta más económica.

Esta fórmula tiene relación con uno de los principales elementos del contrato, que es el precio y permite favorecer la puntuación a las propuestas más económicas, frente a las que realicen una propuesta con un precio más elevado.

En ningún caso se tendrán en cuenta aquellas ofertas que excedan del presupuesto base de licitación (IGIC excluido).

B) Criterios cualitativos: (máximo 51 Puntos).

Se valorarán las mejoras que sean ofertadas entre las detalladas a continuación. La ejecución de estas mejoras no supondrá ningún coste para el Ayuntamiento.

B1) Se valorará la realización de entrevistas de radio en directo, al término de cada evento, con las empresas que hayan participado en dichos eventos. Estas entrevistas se realizarán en el lugar, día y horario que designe el Área de Promoción Económica. Se otorgarán **18 puntos** a las empresas licitadoras que ofrezcan esta mejora y cero puntos a los licitadores que no la ofrezcan.

B2) Se valorará el incremento en la duración del video promocional de las distintas acciones de cada uno de los eventos respecto a la indicada en el apdo. 4.- DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL SERVICIO OBJETO DEL CONTRATO del PPT. Para la valoración de este criterio se establece un máximo de **12 puntos**, conforme al siguiente desglose:

- Duración entre 31 segundos y 40 segundos..... 5 puntos
- Duración entre 41 segundos y 60 segundos.....7 puntos

B3) Para los eventos tipo 1, 3 y 4 (markets) se valorará el número adicional de puestos respecto a los indicados en el apdo. 4.- DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL SERVICIO OBJETO DEL CONTRATO del PPT. Para la valoración de este criterio se establece un máximo de **9 puntos**, conforme al siguiente desglose:

- 5 puestos adicionales.....3 puntos
- Entre 6 y 10 puestos adicionales.....6 puntos

B4) Para los eventos tipo 1, 3 y 4 (markets) se valorará el número adicional de acciones de





dinamización para complementar los markets, respecto a los indicados en el apdo. 4.-
DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL SERVICIO OBJETO DEL CONTRATO del PPT.

Para la valoración de este criterio se establece un máximo de **12 puntos**, conforme al siguiente desglose:

- 1 acción adicional.....2 puntos
- 2 acciones adicionales.....4 puntos
- Más de 2 acciones adicionales.....6 puntos

*Estas acciones adicionales no pueden consistir en la actuación de Dj's dinamizadores.

Estos criterios persiguen asegurar un mayor compromiso con la calidad de los servicios objeto del contrato. Consiguiendo con ello incrementar la calidad de ejecución del proyecto

Todos los aspectos expresamente ofertados serán considerados obligaciones contractuales

13. VARIANTES.

No se admitirán variantes o alternativas.

14. CRITERIOS DE DESEMPATE.

Cuando, tras efectuar la ponderación de todos los criterios de valoración establecidos, se produzca un empate en la puntuación otorgada a dos o más ofertas, se utilizarán los siguientes criterios para resolver dicha igualdad, referidos al vencimiento del plazo de presentación de ofertas:

- 1º) Mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad o en situación de exclusión social en la plantilla de cada una de las empresas, primando en caso de igualdad, el mayor número de trabajadores fijos con discapacidad en plantilla, o el mayor número de personas trabajadoras en inclusión en la plantilla.
- 2º) Menor porcentaje de contratos temporales en la plantilla de cada una de las empresas.
- 3º) Mayor porcentaje de mujeres empleadas en la plantilla de cada una de las empresas.

A efectos de aplicación de estos criterios los licitadores deberán acreditarlos, en su caso, mediante la siguiente documentación:

- Declaración responsable del número de trabajadores discapacitados y porcentaje que éstos representan sobre el total de la plantilla.
- Declaración responsable del número de trabajadores fijos discapacitados y porcentaje que éstos representan sobre el total de la plantilla.
- Documento de relación nominal de trabajadores (RNT, antiguo TC2) correspondientes a todo el personal de la empresa.
- Relación de los trabajadores discapacitados acompañada de la resolución o certificación acreditativa del grado de la discapacidad.
- Relación concretando qué trabajadores de la relación anterior tienen contrato de



trabajo fijo.

- Contrato de trabajo de los trabajadores discapacitados y de aquéllos que tengan condición de fijos.

La documentación acreditativa de los criterios de desempate a que se refiere el presente apartado será aportada por los licitadores, previo requerimiento, en el momento en que se produzca el empate, y no con carácter previo. Dicha documentación debe corresponder a la fecha de finalización de la presentación de proposiciones. No será considerada la documentación que no reúna tal requisito.

En caso de que persistiese el empate se resolverá por sorteo aleatorio.

15. PARÁMETROS PARA IDENTIFICAR OFERTAS QUE SE CONSIDEREN ANORMALES O DESPROPORCIONADAS.

En los casos en que el órgano de contratación presuma que una o varias de las ofertas resultan inviables por haber sido formuladas en términos que las hacen anormalmente bajas, solo podrá excluirlas del procedimiento de licitación previa tramitación del procedimiento que establece el art. 149 de la LCSP, atendiendo a los parámetros para determinar dicha presunción que se establecen a continuación.

El órgano de asistencia, en su caso, deberá identificar las ofertas que se encuentran incursas en presunción de anormalidad, con arreglo a los siguientes parámetros objetivos:

Se considerarán proposiciones anormalmente bajas aquellas en que la oferta económica se encuentre en alguno de los siguientes supuestos:

- Cuando, concurriendo un solo licitador, sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.
- Cuando concurren dos licitadores, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
- Cuando concurren tres licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media.
- Cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía.

16. MODIFICACIONES DEL CONTRATO.

No se prevé ninguna modificación del contrato, sin perjuicio de aquellas modificaciones que procedan por razones de interés público cuando concorra alguna de las circunstancias que refiere el apartado 2 del artículo 205 de la LCSP.





17. OBLIGACIONES CONTRACTUALES ESENCIALES.

La persona contratista contrae las siguientes obligaciones que tienen la condición de obligaciones esenciales de ejecución del contrato, a los efectos establecidos en el artículo 211 de la LCSP:

- Cumplir, durante la ejecución del contrato, las disposiciones vigentes en materia medioambiental, laboral, de seguridad social y de seguridad e higiene en el trabajo.

- Si el contrato se le adjudicó en virtud del criterio preferencial previsto en los pliegos para el caso de empate, estará obligada a mantener las mismas circunstancias que motivaron la adjudicación, durante toda la vigencia del contrato.

- La empresa adjudicataria deberá, a lo largo de toda la ejecución del contrato, abonar a los trabajadores y trabajadoras el salario mensual, en la cuantía y en los periodos establecidos en el convenio colectivo de aplicación según la categoría profesional que corresponda, sin que en ningún caso el salario a abonar pueda ser inferior a aquél.

- Pagar, en las condiciones establecidas, a las personas subcontratistas o suministradoras que intervienen en la ejecución del contrato, en las condiciones establecidas en el artículo 216 de la LCSP.

- La contratista deberá guardar sigilo respecto a los datos o antecedentes que, no siendo públicos o notorios, estén relacionados con el objeto del contrato y hayan llegado a su conocimiento con ocasión del mismo, con arreglo a lo dispuesto en el artículo 133.2 de la LCSP.

- La contratista está obligada a suministrar al órgano de contratación, previo requerimiento y en la forma y plazo previsto en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, toda la información necesaria para el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 4 de la Ley 12/2014, de 26 de diciembre, de Transparencia y Acceso a la información pública.

- Respecto de los datos de carácter personal a los que tenga acceso en virtud del contrato, la contratista está obligada al cumplimiento de lo dispuesto en Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) y en lo que no oponga al mismo será de aplicación la disposición adicional 25ª de la LCSP.

- Cumplir todas las condiciones ofertadas en su proposición.

18. UNIDAD ENCARGADA DEL SEGUIMIENTO Y EJECUCIÓN ORDINARIA DEL CONTRATO Y RESPONSABLE DEL CONTRATO.

Corresponde al Área de Promoción Económica y Comercio, dependiente de la Concejalía de Desarrollo Local, el seguimiento y ejecución ordinaria del presente contrato. El servicio se prestará en coordinación con los/as técnicos/as de la Concejalía de Desarrollo Local de cara a intercambiar información así como definir las actuaciones a realizar. Será responsable del contrato D. M^a Zarifa Abdelhamid Montesinos, a quien corresponderán las facultades previstas en los artículos 62 y 194.2 de la LCSP.

19. GARANTÍAS.

Se establece un plazo de garantía de TRES (3) MESES, que se incrementará, en su caso,





en el plazo adicional que oferte el adjudicatario, a contar desde la fecha de recepción o conformidad del servicio, plazo durante el cual la Administración podrá comprobar que el servicio realizado se ajusta a lo contratado y a lo estipulado en el presente pliego y en el de prescripciones técnicas. En el supuesto de que hubiere recepciones parciales, el plazo de garantía de las partes recibidas comenzará a contarse desde las fechas de las respectivas recepciones parciales. Transcurrido el plazo de garantía sin que se hayan formulado reparos a los trabajos ejecutados, quedará extinguida la responsabilidad del contratista.

No se requerirá la constitución de garantía definitiva, de conformidad, con lo dispuesto en el artículo 159.6 f) de la LCSP.

20.- CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Los órganos de contratación podrán establecer condiciones especiales en relación con la ejecución del contrato, siempre que estén vinculadas a su objeto, en el sentido del artículo 145 LCSP, no sean directa o indirectamente discriminatorias y sean compatibles con el derecho comunitario.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 202.1 LCSP, en todo caso, será obligatorio el establecimiento en el pliego de cláusulas administrativas particulares de al menos una de las condiciones especiales de ejecución de entre las que enumera el apartado 202.2 LCSP. Se establece como condición especial de ejecución del contrato:

Tipo especial	Consideraciones de tipo social relativa a inserción laboral:
Descripción	<p>Si la empresa adjudicataria necesitara contratar personal para la ejecución del contrato, esta deberá de llevarse a cabo entre personas inscritas como demandantes de empleo, con al menos seis meses de antigüedad a la fecha efectiva de contratación.</p> <p>Excepcionalmente, se podrá contratar a otro personal cuando se acredite que los puestos que se precisan hayan sido ofertados pero no cubiertos por personas inscritas con dicha antigüedad o cuando el personal objeto de contratación haya estado inscrito seis meses completos como demandantes de empleo en períodos no consecutivos en los doce meses anteriores a la fecha efectiva de la contratación.</p>
ACREDITACIÓN:	Presentar declaración responsable de que el contratista está cumpliendo la condición especial de ejecución de este contrato.

El cumplimiento de dichas condiciones tiene el carácter de obligación contractual esencial, y su incumplimiento puede dar lugar a la imposición de penalidades cuya cuantía será un 10 por 100 del precio de adjudicación (IGIC excluido) y sin perjuicio de cualesquiera otras penalidades previstas en el presente pliego.



Las condiciones especiales de ejecución que forman parte del contrato serán exigidas igualmente a todas las subcontratistas que participen en la ejecución del mismo.

Esta cláusula es obligatoria para el contratista y por tanto no valorable ni puntuable en los criterios de adjudicación.

21.- CONDICIONES DE PAGO.

La persona contratista tendrá derecho al abono de los servicios realizados, con arreglo al precio convenido, en los términos establecidos en la LCSP, en el RGLCAP, en el presente pliego y en el contrato.

El pago del precio del contrato se realizará en la forma que a continuación se detalla y previo informe favorable del designado por el órgano de contratación como responsable del contrato.

El precio se abonará una vez finalizados cada uno de los eventos recogidos en el pliego, **con una factura detallada por evento tipo, que se relacionan en el pliego técnico.** El adjudicatario deberá presentar toda la información necesaria que posibilite el control pleno de los servicios contratados inmediatamente después de la finalización de las acciones objeto del contrato, a través del Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas de la Administración General del Estado (FACE), conforme a lo establecido en la legislación vigente.

22.- MESA DE CONTRATACIÓN/COMITÉ DE EXPERTOS.

No procede.

23.- INFORMACIÓN SOBRE LAS CONDICIONES DE SUBROGACIÓN EN CONTRATOS DE TRABAJO.

En el presente contrato no procede subrogación de trabajadores.

24.- CONVENIO COLECTIVO DEL SECTOR.

No hay Convenio Colectivo Estatal que regule a los trabajadores de dicho sector, por lo que se regulará por el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del **Estatuto de los Trabajadores.**

25.- PROTECCIÓN DE DATOS.

Para la ejecución del presente contrato se requiere la cesión de datos al contratista. Asimismo, la ejecución del contrato requiere tratamiento por el contratista de datos personales por cuenta del responsable del tratamiento.

26.- INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS.





De acuerdo con lo establecido en la letra a) del apartado 3 del artículo 63 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, también "LCSP"), y en relación con la necesidad de realizar la contratación de los servicios descritos en este pliego, quien suscribe, como proponente del contrato, pone de manifiesto la insuficiencia de los medios disponibles por la Administración para atender la necesidad del municipio de Guía de Isora.

La Ley de Contratos del Sector Público 9/2017, de 8 de noviembre, en el artículo 30 establece que “la prestación de servicios se realizará normalmente por la propia administración por sus medios. No obstante, cuando carezca de medios suficientes, previa la debida justificación en el expediente, se podrá contratar de conformidad con lo establecido en el Capítulo V del Título II de la presente Ley”. En el artículo 116 exige que se incluya en la preparación del expediente para la adjudicación de los contratos de servicios, el informe de insuficiencia de medios que deberá ser objeto de publicidad en el perfil del contratante.

Las prestaciones cuya ejecución representa el objeto del contrato proyectado, no se hallan contempladas para su ejecución mediante medios propios personificados y no pueden ser satisfechas con los recursos humanos y técnicos de que dispone el Ayuntamiento de Guía de Isora.

Se trata de trabajos que conllevan una gestión de una empresa especializada del sector imposible de garantizar con los medios municipales. Por lo que resulta necesario la externalización de la prestación del servicio objeto de contratación para prestar los servicios que conlleva la ejecución y el desarrollo de los eventos de estas características.

Consecuentemente con lo anterior, el Ayuntamiento de Guía de Isora promueve expediente para iniciar el **CONTRATO DE SERVICIOS DE EJECUCIÓN Y DESARROLLO DE EVENTOS DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA Y COMERCIAL 2024 EN EL MUNICIPIO DE GUÍA DE ISORA.**

A la vista de la necesidad anteriormente expuesta es por lo que se propone que se instruya un expediente para la contratación procedimiento abierto simplificado sumario tramitación ordinaria.

A los efectos de poder iniciar el procedimiento para la referida contratación, **se solicita** que por la Intervención Municipal se emita certificado de retención cautelar de crédito por el importe indicado y que se informe sobre el órgano competente para la presente contratación.

En Guía de Isora en la fecha y hora que consta en la firma digital que se incorpora al presente documento.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE

