



II) PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGIRÁ LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DENOMINADO. –CAMPAÑA DE DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE MELILLA- A ADJUDICAR MEDIANTE CONCURRENCIA COMPETITIVA DE OFERTAS

1. Objeto del contrato

El presente documento tiene por objeto establecer las prescripciones técnicas que debe cumplir la contratación del servicio denominado CAMPAÑA DE DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE MELILLA

La ejecución de contrato se ajustará a las condiciones expresadas en las características del contrato y en estas prescripciones técnicas que tendrán la consideración de alcance mínimo.

2. Acatamiento

Por el mero hecho de participar en la licitación para la adjudicación del servicio, las empresas intervinientes en el mismo manifiestan de modo expreso su entero y exacto conocimiento del presente Pliego de Condiciones y demás documentación afecta al concurso y el acatamiento al mismo, tanto en su totalidad como en el pormenor de su articulado.

La empresa que resultase adjudicataria se compromete al estricto cumplimiento de las obligaciones que dimanen del presente pliego, aceptando tanto los niveles de calidad del servicio que en él se indican, como el resto de prescripciones y los mínimos a superar en el trabajo a realizar.

3.- Descripción del servicio

El proyecto consiste en promocionar unos días de compras en Melilla, donde se llevarán a cabo una serie de actos publicitarios, al tiempo que los comerciantes aplican unos descuentos exclusivamente diseñado para estos días.

1.- **Captación de empresas participantes.** Captación de **al menos 180 comercios** tradicionales de todos los sectores existentes en Melilla que han de participar de forma activa en la campaña de dinamización del comercio con regalos y descuentos en uno o varios de sus productos.



Para su captación la empresa adjudicadora habrá de dirigirse a los comercios y éstos deberán firmar un compromiso, donde quede reflejado el establecimiento y su oferta, descuento o regalo que ofrecerá el *día de compras* a los clientes. Por otro lado, la empresa adjudicataria habrá de insistir que cuanto mayor sea el regalo o descuento por parte de las empresas participantes mayor será el impacto de la campaña.

Asimismo, la empresa adjudicataria habrá de buscar patrocinadores de la campaña que ofrecerán regalos no inferiores a 60 €, aparte de las ofertas por las compras antes mencionadas, y que se destinarán a un sorteo una vez finalizado el día de compras. Número de patrocinadores no deberá ser inferior a **15 empresas**.

2.- Campaña publicitaria. Cuya duración no ha de ser inferior a 20 días y consistirá en dos tipos de campañas:

-*Dirigida a los comercios participantes.* Habrá de hacerse mediante prensa, radio y directamente, con la intencionalidad que el *día de compras* sea un revulsivo para el fomento de las compras en Melilla para lo que se deberá contar con el mayor número de comercios posible.

El adjudicatario deberá contratar el personal necesario para la información y captación directa de los comercios, así como prever los plazos para la información, captación, diseño e impresión de folletos, carteles, etc. de modo que el esperado "*día de compras*" se encuentre todo el material listo para su entrega.

-*Dirigida al público.* Esta tendrá un doble ámbito, primero para crear expectativa antes del "*día de compras*" (esta habrá de realizarse sin que se sepan las ofertas de los comercios, ya que de lo contrario podría distorsionar las ventas los días previos) y, en segundo lugar, promocionar el "*día de compras*" con las ofertas de los comercios adheridos que deberán quedar reflejados en folletos entregables.

3.- Día de compras. Serán como mínimo dos días, que han de ser contiguos entre sí, coincidiendo uno de ellos con el *Black Friday (24 de noviembre)*. El día de compras ha de ser un día especial para los comercios y clientes, en este día se lanzarán las ofertas y regalos, mantenidos en secreto hasta el momento. Este día se instalará una carpa informativa en la calle principal de la ciudad, así como se ofrecerá información a través de personal auxiliar que recorrerán las calles informando de la campaña a los transeúntes.

4.- Sorteo. Se realizará entre los participantes de las compras de los comercios adheridos. Por cada compra los clientes podrán obtener cupones que participarán en el sorteo, cuya probabilidad será proporcional a la cuantía desembolsada en cada compra.

Los premios del sorteo consistirán en **4 cheques regalos de 100€** cada uno y se harán efectivo con las compra en los comercios adheridos a la campaña, también se sortearán los obsequios ofertados por los patrocinadores.



Por otro lado, se sortearán **2 cheques cenas valoradas en 100€** cada una entre los comercios participantes.

5.- Creación de plataforma web. Deberá estar adaptada a tables y smartphones. En ella se indicará en qué consiste la campaña, así como los comercios participantes distribuidos por sectores y los regalos y descuentos que se efectúen.

Se emitirán cupones descuentos por cada comercio que se harán, bien a través de web o bien vía SMS quedando registrados en la Plataforma.

Esta plataforma contemplará dos procedimientos: Registro y sorteo.

La plataforma deberá registrar el e-mail o el número de móvil, con la descarga del cupón. Por otro lado, la plataforma deberá contemplar que el comercio con su usuario y contraseña pueda constatar en tiempo real los cupones descargados.

Por otro lado, los comercios también dispondrán de formularios que serán entregados por la empresa adjudicataria, para el supuesto de que el comprador no tenga descargado el cupón. Estos cupones que se efectuarán de forma manual y serán recogidos por personal auxiliar diariamente y remitidos a la empresa adjudicataria para su gestión e incorporación al sistema.

Los comercios, a su vez deberán validar la venta del cupón, bien vía telemática a través del sistema o de manera manual.

- *Asignación de números de sorteo.* El número de papeletas se hará por el importe o cantidad de compra.

- *Sorteo.* Este se deberá hacerse de forma pública de forma aleatoria a través de medios informáticos.

6.- Memoria final. A la finalización del servicio la empresa adjudicataria deberá emitir una memoria descriptiva de todo el servicio, donde quedará reflejado los importes de compras, por comercio y sectores, número de cupones de descargas, incidencias habidas, etc. Asimismo deberá realizar un cuestionario de satisfacción de los comercios participantes

4.- Confidencialidad

El adjudicatario se compromete a observar confidencialidad sobre los hechos, informaciones, conocimientos, documentos y otros elementos que por la realización de su servicio tenga conocimiento.



CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA

s o c i e d a d p ú b l i c a

PROMESA
promoción económica de melilla



La empresa adjudicataria deberá cumplir todos los preceptos que se derivan de la Ley de Protección de Datos.

Melilla, de de 2017

Fdo. Daniel Conesa Mínguez.
Presidente de Proyecto Melilla, S.A.

Inscrito en R.M. Melilla.Tomo35 Libro Sociedades - Folio 70,hoja nºML-22, inscripción 1º.
C.I.F. A-29951753