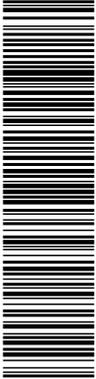


DOCUMENTO Documento de TREWA: PPT CAMPAÑA MERCADOS 2014	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: OYWI9-IMEKU-23RL2 Fecha de emisión: 9 de mayo de 2014 a las 11:07:57 Página 1 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- J. SERV. EMPLEO Y EMPRESA de AYTO.CORUÑA.Firmado 07/04/2014 15:26 2.- 5ª TTE. ALCALDE EMPLEO Y EMPRESA de AYTO.CORUÑA.Firmado 08/04/2014 15:15	ESTADO FIRMADO



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 287007 OYWI9-IMEKU-23RL2 42143D74C802FAE2087090AF58E593A0167049) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web que le proporciona la entidad emisora de este documento.

AREA DE EMPLEO Y EMPRESA
REF: R.B.A
COD: 0113/2014

Pliego de prescripciones técnicas regulador del procedimiento negociado y publicado en el perfil del contratante para la contratación del diseño y desarrollo de una campaña de dinamización en los mercados Municipales.

1. PROYECTO

El Área de Empleo y Empresa del Excelentísimo Ayuntamiento de A Coruña, llevará a cabo una campaña de dinamización en los mercados municipales coruñeses.

Bajo un único lema, a desarrollar dentro de esta contratación, que necesariamente aludirá con especial énfasis a la calidad de los productos y servicios ofertados en los mercados Municipales de abastos, se llevará a cabo una campaña de incentivación del consumo en los ocho mercados municipales coruñeses.

Los objetivos de dicha campaña son:

- Dinamización de los mercados municipales
- Incentivar el consumo en los mercados municipales
- Incrementar las ventas de los puestos de alimentación.
- Aumento del número de usuarios/las y su frecuencia de compra en los mercados municipales

Acciones a desarrollar

La campaña llevará implícita tres fases:

1. Primera fase o fase inicial: Consolidación del Diseño y del lema o slogan e imagen de la campaña del 2012 y 2013 " CALIDAD DIVINA".

El objeto de esta fase del concurso es la consolidación para el ejercicio 2014 del diseño de la campaña del 2012 y 2013, reforzando los lemas de:

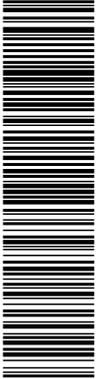
- Calidad Divina
- La Calidad está en nuestros mercados

La intención es de mantener y reforzar la imagen que se ha consolidado gracias a los elementos que han perdurado en los mercados y que han mantenido esta imagen y lema latentes. Es una imagen y slogan compatibles con la imagen de MCÑ, que ha atraído el interés de los consumidores basando y resaltando las características de calidad, compromiso y proximidad como elementos diferenciadores más destacados del comercio y producto consumido en los mercados municipales de abastos coruñeses de una manera conjunta.

Se pretende así que este lema e imagen se consolide y mantenga su plena vigencia más allá de este período de duración de la campaña.

Debe preverse la traducción y adaptación del lema y slogan a distintos idiomas, ante la más que probable integración en circuitos turísticos de algunos mercados de abastos, que son visitados por

DOCUMENTO Documento de TREWA: PPT CAMPAÑA MERCADOS 2014	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: 0YW19-IMEKU-23RL2 Fecha de emisión: 9 de mayo de 2014 a las 11:07:57 Página 2 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- J. SERV. EMPLEO Y EMPRESA de AYTO.CORUÑA.Firmado 07/04/2014 15:26 2.- 5ª TTE. ALCALDE EMPLEO Y EMPRESA de AYTO.CORUÑA.Firmado 08/04/2014 15:15	ESTADO FIRMADO



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 287007 0YW19-IMEKU-23RL2 42143D74C802FAE2087090AF568E593A0167049) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web que le proporciona la entidad emisora de este documento.

numerosos turistas que vienen a la ciudad, estos mercados son el de San Agustín y el Mercado de Eusebio da Guarda.

En última instancia debe señalarse que los soportes en los que se prevé utilizar la imagen y el Slogan de la campaña serán diversos:

- En pantalla (Internet, TV, CD-ROM, Vídeo, etc)
- Campañas de publicidad on-line.
- Artículos de merchandising
- Stands institucionales y promocionales.
- Señalética interior (biombos, plotters, easy-show, etc.), manteniendo la que está y reforzándola cambiando aquellos carteles deteriorados y añadiendo nuevos en los mercados de interés turístico en Inglés.
- Anuncios en trasera de autobuses urbanos con el logo y slogan de la campaña

La participación en esta contratación implica la obligación por parte de la empresa que resulte adjudicataria de ceder al Excmo. Ayuntamiento de A Coruña los derechos de explotación y comunicación pública sobre las imágenes propuestas en los formatos que considere oportunos. Esta cesión se realiza sin limitación alguna y a los efectos de la explotación y utilización de los diseños y su desarrollo, en cualquier soporte gráfico y publicitario, incluso pudiendo encargar a terceros su ulterior desarrollo y gestión dado que la propiedad del Excmo. Ayuntamiento de A Coruña, recae sobre el diseño en su integridad.

Dicha cesión se entenderá que se hace con carácter exclusivo, por tiempo indefinido y para el ámbito territorial de cualquier país del mundo. En todo caso, y aunque la imagen seleccionada no se utilice, los derechos de explotación corresponderán al Excmo. Ayuntamiento de A Coruña

Los participantes se responsabilizarán de que no existan derechos a terceros en los trabajos presentados, así como de toda reclamación por derechos de imagen.

2. Segunda fase: Plan de Publicidad y Difusión.

Deberá informarse y dar a conocer las acciones que se llevarán a cabo a lo largo de esta fase de ejecución del contrato. Para ello deberá presentarse un plan de medios que deberá incluir la promoción del slogan e imagen de la campaña, y, en segundo lugar, para su difusión, y con carácter de mínimos: a) Locuciones dentro de los mercados municipales (de disponer éstos de la infraestructura necesaria para poder emitirlos), b) artes gráficas y señalética de identificación de stands y campaña. c) elementos decorativos, primándose aquellas ofertas que incluyendo inicialmente promoción y difusión de la imagen y slogan de campaña permita su utilización más allá de la duración estricta de la campaña. d) traseras de autobuses urbanos.

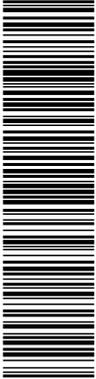
Las locuciones de radio deberán ser también proporcionadas por el contratista sin que esto suponga incremento del precio ofertado.

3. Tercera fase o fase de desarrollo de acciones promocionales.

Para la consecución del principal objetivo perseguido con esta campaña: incrementar el consumo en los mercados municipales de la ciudad, las empresas licitadoras deberán ofertar acciones promocionales a desarrollar dentro de los ocho mercados municipales, que deberán incluir, en cualquier caso y con carácter de mínimos las siguientes:

- **Stands promocionales** en todos y cada uno de los ocho mercados municipales, con decoración, difusión y promoción de slogan de campaña, atendidos por personal de animación en horario ininterrumpido desde las 10:30 horas y hasta las 13:30 durante todo el período de duración de la campaña, a excepción del Mercado de Ramón Cabanillas que el horario por la afluencia de los clientes en el deberá de ser diferente al resto, siendo este de 9:30 a 13:00 . Se valorará la decoración que incluya elementos que puedan ser reutilizables.

DOCUMENTO Documento de TREWA: PPT CAMPAÑA MERCADOS 2014	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: OYWI9-IMEKU-23RL2 Fecha de emisión: 9 de mayo de 2014 a las 11:07:57 Página 3 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- J. SERV. EMPLEO Y EMPRESA de AYTO.CORUÑA.Firmado 07/04/2014 15:26 2.- 5ª TTE. ALCALDE EMPLEO Y EMPRESA de AYTO.CORUÑA.Firmado 08/04/2014 15:15	ESTADO FIRMADO



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 287007 OYWI9-IMEKU-23RL2 42143D74C802FAE2087090AF568E593A0167049) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web que le proporciona la entidad emisora de este documento.

• **Premios:** Cada uno de los licitadores incluirá en su oferta una campaña de rasca y gana, o similar, con un mínimo de 80.000 unidades, y premios en metálico y en especie a detallar en su oferta, de los que 10.000 €, como mínimo, deberán ser en metálico, y distribuidos de la siguiente manera:

- 8 de ellos tendrán una cuantía de 100 €,
- 40 de ellos tendrán una cuantía de 50 €
- 80 de ellos tendrán una cuantía de 20 €
- 240 de ellos tendrán una cuantía de 10 €
- 320 de ellos tendrán una cuantía de 5 €
- 800 de ellos tendrán una cuantía de 2€

No obstante, estos premios en metálico en cualquier caso deberán ser consumidos dentro de los propios mercados municipales en la forma y durante el tiempo establecido de duración de la campaña. Nunca podrán canjearse por dinero en efectivo, ni ser consumidos fuera de los propios mercados municipales.

Los premios en especie serían en artículos de merchandising con el logo de MCÑ, a detallar en la oferta con modelos y ejemplos de productos. Se establece un mínimo de 3 productos de merchandising y una cantidad de 1.000 unidades por cada producto como un mínimo. Estos productos podrían ser: monederos, carritos de la compra, manoplas, paraguas, bolígrafos, abanicos, etc..

Localización

El programa se llevará a cabo en los ocho mercados municipales coruñeses (6 propios y 2 en Concesión).

- Mercado de las Conchiñas, 50 puestos
- Mercado de Elviña, 54 puestos
- Mercado de San Agustín, 69 puestos
- Mercado de Santa Lucia, 35 puestos
- Mercado de Palavea, 6 puestos
- Mercado de Ramón Cabanillas, 8 puestos
- Mercado de Monte Alto, 18 puestos
- Plaza de Lugo, 180 puestos

Aproximadamente un total de 420 puestos de venta.

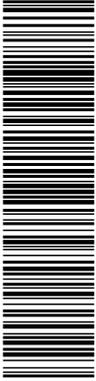
Cronograma

La campaña en los Mercados Municipales, luego de establecido **el lema e imagen**, se llevará a cabo durante dos semanas:

1. Fase de publicidad y difusión: se llevará a cabo los tres primeros días de campaña, previos al inicio de la misma en los mercados. Los días de la campaña serán fijados por el Ayuntamiento dentro del último semestre del 2014.

2. Fase de desarrollo **de acciones promocionales** se llevará a cabo durante todo el tiempo que reste de campaña, es decir, como mínimo durante 11 días, Los días de la campaña serán fijados por el Ayuntamiento dentro del último semestre del 2014. Los premiados y los placeros podrán consumir y canjear los premios según lo considerado en la oferta que resulte adjudicataria, en todo caso, y como mínimo, hasta diez días hábiles después de la finalización efectiva de entrega de premios.

DOCUMENTO Documento de TREWA: PPT CAMPAÑA MERCADOS 2014	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: OYWI9-IMEKU-23RL2 Fecha de emisión: 9 de mayo de 2014 a las 11:07:57 Página 4 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- J. SERV. EMPLEO Y EMPRESA de AYTO.CORUÑA.Firmado 07/04/2014 15:26 2.- 5ª TTE. ALCALDE EMPLEO Y EMPRESA de AYTO.CORUÑA.Firmado 08/04/2014 15:15	ESTADO FIRMADO



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 287007 OYWI9-IMEKU-23RL2 42143D74C802FAE2087090AF568E593A0167049) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web que le proporciona la entidad emisora de este documento.

2.- Personal de animación y representación

El contratista deberá poner a disposición de la campaña un mínimo de un animador/a por mercado durante las horas en las que se desarrolle la misma, excepto en los mercados de San Agustín y Plaza de Lugo que deberá haber dos de martes a sábado de 10:30 a 13:30 horas. El personal de animación deberá ir identificado con el eslogan corporativo de MCÑ, y una uniformidad acorde a la campaña.

El prestador del servicio deberá contar con un encargado responsable que ejerza ante los trabajadores las funciones de dirección y que será el interlocutor con el Ayuntamiento. El prestador del servicio tendrá todos los derechos y obligaciones inherentes a su condición de empresario del personal a emplear, con arreglo a la legislación laboral y social aplicable, sin que en ningún caso el Excmo. Ayuntamiento de A Coruña resulte responsable de las relaciones entre el contratista y sus trabajadores, aún cuando los despidos o medidas que se adopten sean consecuencia directa o indirecta del incumplimiento o interpretación del contrato. El Ayuntamiento no tendrá relación jurídica ni laboral con el personal del concesionario, debiendo hacerse constar esta circunstancia en los contratos de trabajo que suscriba.

Será responsabilidad del contratista organizar el servicio de manera que se garantice la prestación íntegra de las prestaciones contratadas y a la vez los derechos socio laborales de sus trabajadores, sin que el Ayuntamiento interfiera en las decisiones que adopte para cada trabajador más allá de asegurarse que en todo momento dispone de los efectivos comprometidos y de la correcta ejecución de todas las prestaciones contratadas.

El adjudicatario ejercerá de modo real, efectivo y continuo, la dirección del personal que destina a la ejecución del contrato, asumiendo todas las obligaciones y derechos inherentes a la condición de empleador: negociación colectiva, concesión de permisos, vacaciones y licencias, control de asistencia al trabajo y productividad, pago de salarios, cotizaciones a la Seguridad Social y retención del IRPF, cumplimiento de la normativa en formación y prevención de riesgos laborales etc...

En ningún caso el personal que el adjudicatario destine a la prestación del presente servicio adquirirán la condición de personal contratado por el Ayuntamiento de A Coruña.

El contratista se obliga a velar por el cumplimiento de la normativa en vigor o que durante la vigencia del contrato se dicte en relación con la prevención de riesgos laborales y seguridad e higiene en el trabajo.

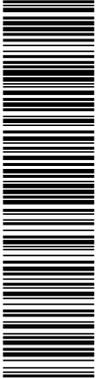
El personal deberá cumplir la normativa de seguridad y salud laboral. Corresponde al contratista la observancia y suministro de los útiles e instrumentos necesarios para el cumplimiento de la misma.

3.- EJECUCIÓN DEL CONTRATO, RESPONSABILIDAD Y PENALIZACIONES

La persona o empresa que resulte adjudicataria se compromete a llevar a cabo los servicios y suministro de materiales de acuerdo con las estipulaciones contenidas en los pliegos reguladores del contrato y con el principio de buena fe, dando puntual cumplimiento las obligaciones establecidas por las disposiciones legales y reglamentarias vigentes en materia mercantil, laboral y administrativas que habían podido resultar de aplicación.

El adjudicatario será responsable de la calidad de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados, así como de las consecuencias que se deduzcan para el Ayuntamiento de A Coruña o para terceros de las omisiones, errores, métodos inadecuados o conclusiones incorrectas en la ejecución del contrato.

DOCUMENTO Documento de TREWA: PPT CAMPAÑA MERCADOS 2014	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: 0YW19-IMEKU-23RL2 Fecha de emisión: 9 de mayo de 2014 a las 11:07:57 Página 5 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- J. SERV. EMPLEO Y EMPRESA de AYTO.CORUÑA.Firmado 07/04/2014 15:26 2.- 5ª TTE. ALCALDE EMPLEO Y EMPRESA de AYTO.CORUÑA.Firmado 08/04/2014 15:15	ESTADO FIRMADO



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 287007 0YW19-IMEKU-23RL2 42143D74C802FA52087090AF568E593A0167049) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web que le proporciona la entidad emisora de este documento.

El contratista responderá asimismo de los daños y perjuicios que se causen a terceros por defectos o insuficiencias técnicas del proyecto o por los errores materiales, omisiones o infracciones de preceptos legales o reglamentarios en que incurrirá el adjudicatario, en cuyo caso, la indemnización será la prevista en la TRLCSP.

Si el contrato se resolviese por causas imputables al contratista éste deberá indemnizar al Ayuntamiento de A Coruña por los daños y perjuicios en la forma legal y reglamentariamente establecida.

4.- DOCUMENTACIÓN TÉCNICA A ENTREGAR

En el sobre de la documentación técnica se deberá de incluir una memoria comprensiva de las tareas a realizar para la correcta prestación del servicio, con inclusión del personal, medios y materiales a emplear que obligará al licitador y formará parte del contrato a todos los efectos. Asimismo, en esta Memoria podrá el licitador incluir cualesquiera otros datos relacionados con el objeto del contrato que considere oportuno incluir para la mejor valoración de su propuesta según los criterios determinados en este pliego.

A Coruña, a 7 de abril de 2014

Jefe de Servicio de Empleo,
Consumo y Comercio

Federico Suárez CanceloVº Bº

La Teniente de Alcalde Responsable
del Área de Empleo y Empresa

María Luisa Cid Castro