

**Pliego de prescripciones técnicas para la adjudicación, por el procedimiento negociado sin publicidad, de un contrato de servicios para la coordinación y comercialización de espacios y productos publicitarios en MERCATENERIFE**

**EXPEDIENTE: 027/2021**

## ÍNDICE

OBJETO DEL CONTRATO .....	3
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL SERVICIO.....	3
PROCEDIMIENTO DE COORDINACIÓN PUBLICITARIA.....	3
SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL CONTRATO .....	4
RÉGIMEN ECONÓMICO .....	4
CONSIDERACIONES ESPECIALES.....	4

## **1. OBJETO DEL CONTRATO**

El objeto de la presente licitación es la contratación con MERCASA de los servicios de comercialización, planificación, coordinación y seguimiento de la explotación publicitaria en régimen de exclusividad de los diferentes soportes y espacios publicitarios de MERCATENERIFE.

## **2. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL SERVICIO**

Para dar cumplimiento al objeto del presente pliego, MERCASA deberá desarrollar los siguientes servicios

- Comercialización del número de espacios y productos publicitarios.
- Coordinar e informar a MERCATENERIFE de todas las campañas publicitarias contratadas.
- Planificar y coordinar la instalación de los soportes necesarios para su explotación publicitaria.
- Planificar y coordinar con la supervisión de los servicios técnicos de MERCATENERIFE la ejecución de la obra civil necesaria para la instalación y conexiones eléctricas de dichos elementos publicitarios.
- Gestionar las reparación, conservación, mantenimiento y limpieza de los soportes publicitarios.

## **3. PROCEDIMIENTO DE COORDINACIÓN PUBLICITARIA**

MERCASA informará a MERCATENERIFE, de las campañas contratadas y de sus periodos de ejecución con tiempo suficiente para facilitar un desarrollo adecuado de cada acción.

En ningún caso el tipo de publicidad que se coloque en los soportes será contraria a los intereses de MERCATENERIFE (por ejemplo, campañas colusorias con los intereses de MERCATENERIFE, o con los agentes, operadores o personas usuarias del recinto). En todos los casos que incidan en alguno de los aspectos indicados, se podrá vetar la publicidad.

MERCATENERIFE podrá instalar creatividades instituciones en aquellos soportes que no sean ocupados durante determinados periodos, de común acuerdo, con MERCASA.

El procedimiento para la utilización de los soportes disponibles por parte de MERCATENERIFE se hará a petición de esta a MERCASA, con una antelación mínima de 10 días a las fechas en las que quieran comenzar su comunicación institucional y del número de soportes que quiere utilizar y MERCASA informará de la disponibilidad o no de los mismos para el periodo solicitado y las posibles alternativas.

#### **4. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL CONTRATO**

El responsable de la ejecución del siguiente contrato y por tanto del seguimiento y control de los trabajos resultantes de la ejecución del objeto del presente pliego, será el Director Gerente de MERCATENERIFE

MERCATENERIFE establecerá un grupo de trabajo, junto con MERCASA, para coordinar todos los pasos necesarios para el desarrollo y ejecución de las acciones publicitarias contratadas, la instalación de nuevos soportes, y todas aquellas cuestiones que pudieran surgir relacionadas con la ejecución del contrato.

MERCASA deberá comunicar a MERCATENERIFE previamente todas las actuaciones a realizar en los soportes publicitarios, así como cualquier problema que pudiera surgir antes, durante o después de la ejecución de cualquier campaña publicitaria.

Tras la firma del contrato, MERCASA visitará MERCATENERIFE para conocer los soportes y establecer junto con ésta el equipo de trabajo y concretar los soportes específicos para promover la comercialización de los anunciantes locales en coordinación y con el visto bueno de MERCATENERIFE.

Posteriormente, MERCASA visitará anualmente MERCATENERIFE, para evaluar el estado o instalación de nuevos soportes, resolver incidencias, realizar mejoras y todas aquellas cuestiones y propuestas que puedan surgir.

#### **5. REGIMEN ECONÓMICO**

Al cierre de cada trimestre natural (enero a marzo, abril a junio, julio a septiembre y octubre a diciembre), MERCASA remitirá a MERCATENERIFE un documento certificando el listado detallado de las campañas facturadas por la explotación publicitaria. En el supuesto de "campañas sin condicionante especial", el porcentaje correspondiente sobre la contratación de cada campaña, se regula en el Anexo I.

MERCATENERIFE facturará a MERCASA, al cierre de cada trimestre, el 100% del importe total reflejado en dicho certificado de facturación correspondiente a la contratación de cada campaña de publicidad, de acuerdo con los siguientes porcentajes:

<b>TIPO DE CAMPAÑA CONFORME AL PPT</b>	<b>COMISIÓN MÁXIMA</b>
1. Campañas sin condicionante especial (cualquiera de las no incluidas en los puntos 2 y 3)	52 %
2. Campañas en Pantallas Digitales propiedad de Mercatenerife	49 %

3. Campañas con clientes aportados por Mercatenerife, con independencia del tipo de campaña	48 %
---	------

El precio a percibir por el presente contrato por la adjudicataria se calculará en función del total facturado y de la comisión, como propuesta económica ofertada en función del tipo de campaña

## **6. CONSIDERACIONES ESPECIALES**

MERCASA establecerán con MERCATENERIFE un equipo de trabajo específico y permanente formado por una persona de MERCATENERIFE y una persona de MERCASA

El objetivo fundamental de este equipo de trabajo será la planificación y desarrollo de un proyecto de gestión de campañas de publicidad de empresas locales ubicadas en las áreas de influencia de MERCATENERIFE con el fin de mejorar sus ingresos.

Para promover la comercialización de anunciantes locales, en el área de influencia más próxima a MERCATENERIFE, la MERCASA coordinará y hará un seguimiento continuo de un plan de acción y estrategia comercial para MERCATENERIFE.

En el marco del mismo ámbito de potenciales empresas locales, en el área de influencia más próxima a MERCATENERIFE, que deseen publicitarse en los soportes disponibles, se contemplará la posibilidad de que sea MERCATENERIFE quién facilite la gestión previa a la contratación, en base a sus propios contactos y recursos, en cuyo caso se aplicará una distribución de porcentajes específica para estos casos.

En aquellos supuestos en que acudan directamente a MERCATENERIFE empresas potencialmente interesadas en hacer publicidad, MERCATENERIFE le remitirá directamente a MERCASA para su coordinación y seguimiento.

MERCATENERIFE en el cumplimiento de sus normativas de movilidad y estacionamiento, serán las responsables de que ningún vehículo mal estacionado obstaculice la visibilidad de los soportes, para lo cual, tomarán las medidas más convenientes en cada caso.

La instalación de nuevos soportes deberá someterse a consulta y criterio de MERCATENERIFE pudiendo denegar o proponer una ubicación diferente en pro del buen funcionamiento de la Unidad Alimentaria (razones de visibilidad, seguridad, movilidad, etc.).

En el caso específico de que MERCATENERIFE decidieran instalar soportes digitales en la Unidad Alimentaria con el fin de ofrecer una comunicación a sus usuarios (por ejemplo; tarifas, horarios, normativa que les afecte, etc.), podrá, en coordinación con MERCASA, ceder el uso para la emisión de publicidad en las pantallas propiedad de la MERCA, de acuerdo con los criterios generales establecidos para esta distribución, que se recogerán en los Pliegos de Prescripciones Técnicas y Cláusulas Particulares de la licitación a realizar por Mercasa para la adjudicación del servicio a una empresa especializada.

Los contenidos de los soportes digitales propios de MERCATENERIFE serán suministrados por está a MERCASA.

### **ANEXO I. Porcentaje correspondiente a MERCATENERIFE sobre campañas sin condicionante especial**

En las campañas sin condicionante especial (cualquiera de las no incluidas en los puntos 2 y 3), del cuadro TIPO DE CAMPAÑA, el porcentaje correspondiente a MERCATENERIFE respecto del resto de la Red de mercas sobre la contratación de cada campaña vendrá determinado por el número de mercas participantes de cada campaña siendo el criterio de reparto el porcentaje medio de participación de las entradas de vehículos en cada Merca, de los años 2017, 2018 y 2019, según se recoge en el siguiente cuadro:

#### **ACCESOS DE VEHÍCULOS A LA RED DE MERCAS**

<b>MERCA</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Media tres años</b>
MERCATENERIFE	536.244	589.931	534.470	553.548
RESTO DE MERCAS	18.829.303	18.118.635	17.779.716	18.242.551

#### **PORCENTAJE MEDIO DE PARTICIPACIÓN**

<b>MERCA</b>	<b>Media tres años</b>	<b>% de participación</b>
MERCATENERIFE	553.548	2,95%