

CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE LA VICEPRESIDENCIA PRIMERA Y CONSELLERÍA DE ECONOMÍA, INDUSTRIA E INNOVACIÓN Y LA FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO PARA LA REALIZACIÓN DE DIVERSAS ACTUACIONES DE FOMENTO DEL COMERCIO MINORISTA EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE GALICIA 2023

En Santiago de Compostela, a 10 de mayo de dos mil veintitrés, en la sede de la Vicepresidencia primera y Consellería de Economía, Industria e Innovación.

REUNIDOS

De una parte D. Francisco José Conde López, vicepresidente primero y conselleiro de Economía, Industria e Innovación de la Xunta de Galicia, nombrado para dicho cargo por el Decreto 60/2022, de 15 de mayo, actuando en ejercicio de las competencias que tiene atribuidas por el artículo 34 de la Ley 1/1983, de 22 de febrero, de normas reguladoras de la Xunta de Galicia y de su Presidencia.

De otra parte, D. José María Seijas López, con el DNI [REDACTED] actuando en nombre y representación de la Federación Galega de Comercio, en su calidad de presidente en virtud de las facultadas emanadas del artículo 28 de los Estatutos, aprobados en Asamblea General celebrada el 27 de septiembre de 1993.

Los comparecientes, en la representación que detentan, se reconocen recíprocamente capacidad legal suficiente para el otorgamiento de este convenio de colaboración, y en consecuencia,

EXPONEN

PRIMERO. La Vicepresidencia primera y Consellería de Economía, Industria e Innovación, en adelante la Consellería, según el Decreto 116/2022, de 23 de junio, por el que se fija la estructura orgánica de la Vicepresidencia Primera y Consellería de Economía, Industria e Innovación [DOG nº126, de 4 de julio de 2022], es el órgano de la Xunta de Galicia al que le corresponde el ejercicio, entre otras, de competencias en materia de comercio interior. Concretamente, el programa 751A, que gestiona la Dirección General de Comercio y Consumo, contempla entre sus objetivos, la renovación y promoción del sector comercial minorista, en este caso apoyando las actuaciones desarrolladas por la Federación Galega de Comercio para conseguir el nivel de competitividad deseable para el mercado interior y que incida en su mayor desarrollo.

La situación del pequeño comercio al por menor en nuestro país, siendo uno de los principales motores de nuestra economía, incide de forma importante en el desarrollo económico y social global, así como en la mejora del estado de bienestar y de las condiciones de vida de todos los ciudadanos.

El comercio tradicional está sometido a un profundo proceso de cambio que exige realizar un esfuerzo de renovación y adaptación continuo.

Es importante que todas las administraciones públicas colaboren con las entidades representativas del sector, y contribuyan con todos los recursos necesarios, a la mejora y desarrollo del sector comercial para conseguir su plena competitividad en un mercado cada vez más difícil. De este modo el comercio podrá afrontar los retos y superar los obstáculos que se le presenten habitualmente, y que dificultan su continuidad, manteniendo su posición como motores de las economías locales y regionales, de la economía y del papel generador de empleo y de calidad en el sector terciario.

En los últimos años, las pequeñas empresas comerciales, después de superar poco a poco y con muchas dificultades la grave crisis financiera mundial de 2007, por la que se vieron gravemente afectados, tuvieron que hacer frente a la pandemia generada por la crisis sanitaria del COVID19.

Actualmente, los comercios, aún sin recuperarse plenamente de los graves efectos de la pandemia generada por la COVID19, afrontan otro grave problema derivado de la guerra entre Rusia y Ucrania, con el aumento de los precios de los combustibles, que afecta directamente a las empresas de transporte de personas y mercancías, pero también al pequeño comercio de forma indirecta, que sufre graves perjuicios y pérdidas por los problemas de abastecimiento de mercancías por esta crisis derivada del aumento del coste del combustible, que provocó una escasez en nuestro pequeño comercio, así como un incremento del coste de la mercancía a venta.

Por esto, es preciso mantener una serie de medidas para asesorar, informar, formar e impulsar la digitalización y reforzar la dinamización y cualificación del sector, para evitar una pérdida de competitividad. En las crisis que se vienen repitiendo, se manifestó cómo la digitalización y el uso de las nuevas tecnologías se configuraban como herramientas de utilidad para mantener la actividad del comercio, por lo que resultaba preciso la puesta en marcha de mecanismos de gestión integral que permitirán combinar la venta física con la venta en línea y la distancia.

Además, la suspensión o limitación para ejercer con normalidad las actividades económicas durante las crisis que se vienen encadenando exigen la programación de esas líneas de dinamización y cualificación que incentiven la demanda y procuren la visualización del comercio de proximidad, de los mercados y plazas de abastos y que potencie su actividad.

En el presupuesto de gastos para el ejercicio 2023 se incluye la aplicación 05.04.751A.781.1 "Asociacionismo comercial y servicios pymes comerciales", con la fuente de financiación de fondos propios libres (1010) y proyecto de inversión número 2015.00254 "Modernización, emprendimiento e innovación del comercio y de las pymes comerciales". De conformidad con lo dispuesto por los artículos 19.4 y 26 de la Ley de 9/2007, de 13 de junio, de subvenciones de Galicia, se trata de una subvención de concesión directa que se instrumenta a través de este convenio de colaboración.

SEGUNDO. La Federación Gallega de Comercio, en lo sucesivo, la Federación, tiene como objeto la consecución de fines generales de interés gallego en el ámbito sectorial al que su denominación y fines se contraen, y entre otros, la representación, defensa y promoción de los intereses del comercio minorista, así como formular propuestas y ser interlocutores ante la administración en todas aquellas acciones, reformas o medidas tendentes al desarrollo, mejora y reglamento de las actividades empresariales del comercio, siendo la entidad más representativa del sector comercial en el ámbito de Galicia.

En este sentido, la puesta en marcha de distintas actividades relacionadas directamente con la información, formación y promoción del comercio (y en especial del comercio electrónico), así como la profesionalización de la gestión de los clientes como ejes fundamentales de actuación, se muestran adecuadas ante la situación que vive este colectivo, que demanda un decidido apoyo en la consecución de una mayor concurrencia frente a otras estructuras comerciales, y donde las administraciones públicas tienen que jugar un papel relevante. Por ello, se considera que sus actuaciones se enmarcan en el interés general y de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 26.2 a) de la Ley de subvenciones de Galicia, no es posible promover la concurrencia competitiva porque las actuaciones objeto de este convenio se realizarán por la Federación que es la única que puede alcanzar a toda la Comunidad Autónoma y desarrolla las actividades de fomento diseñadas y ejecutadas singularmente por ella misma.

En consecuencia, existen razones de interés público, social, económico que justifican, conforme al artículo 19.4.c) y 26.2.a) de la Ley 9/2007, de 13 de junio, de subvenciones de Galicia, la colaboración de la Xunta de Galicia, a través de la Vicepresidencia Primeira y Consellería de Economía, Industria e Innovación, en la financiación de este convenio, para la concesión de una subvención directa de carácter singular a la Federación Gallega de Comercio.

TERCERO. Con carácter previo a la firma de este convenio, la Federación acreditó la concurrencia o no de otras ayudas públicas para la misma finalidad, de conformidad con lo establecido en el artículo 11.d) de la Ley de subvenciones de Galicia. Asimismo, constan certificaciones de estar al corriente en sus deberes tributarios, con la Seguridad Social y de no tener deudas pendientes por ningún concepto con la Xunta de Galicia, de acuerdo con lo establecido en los artículos 11.e) y 31.7 de la dicha ley.

Por todo ello, las partes consideran que la mejora de la competitividad del comercio al por menor precisa, entre otros, de una puesta en valor de los recursos con que se cuenta para favorecer el desarrollo comercial, implementando las acciones en el ámbito del comercio de información-promoción en las que se muestran especialmente las ventajas competitivas del pequeño comercio de proximidad; y dado el interés coincidente de la Vicepresidencia primera y de la Federación, acuerdan la formalización de un convenio de colaboración conforme a las siguientes

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Este convenio tiene por objeto establecer las bases de colaboración entre la Vicepresidencia primera y la Federación para la realización de acciones de orientación, formación, digitalización e información-promoción en el comercio minorista, que a continuación se especifican, con un presupuesto total que asciende a **seiscientos noventa mil euros (690.000,00 €) IVA añadido**.

En la ejecución del presente convenio se realizarán las siguientes actuaciones, con los costes que se recogen en el Anexo y de acuerdo con el siguiente desglose:

A. LÍNEA DE ORIENTACIÓN COMERCIAL, ASESORAMIENTO Y FORMACIÓN EN EL ASOCIACIONISMO COMERCIAL	
ACTUACIÓN	PRESUPUESTO
1. Oficina de orientación, asesoramiento e información al sector comercial gallego y formación en el asociacionismo comercial. Prestando especial atención al emprendimiento, cualificación y mantenimiento de la actividad empresarial comercial gallega.	320.000 EUROS
B. LÍNEA DE DIGITALIZACIÓN	
ACTUACIONES	PRESUPUESTO
1. Mantenimiento de la Plataforma Digital Centralizada E-Ticket, dirigida a agilizar y mejorar la relación y el contacto con el cliente. Herramienta sostenible que evita los inconvenientes del ticket físico: contacto cliente/dependiente, coste empresarial, deterioro y contaminantes	2.000 EUROS
2. Mantenimiento de la Plataforma de Ecommerce Online Comercio Galicia de venta al por menor. Mejora de herramientas: promoción, gestión de stock, posicionamiento web, ventas y precio, seguridad, logística, canales de pago, actualización y mejora del software.	8.000 EUROS
C. LÍNEA DE PROMOCIÓN DEL COMERCIO	
ACTUACIÓN	PRESUPUESTO
1. Una campañas Días Azules: campaña promocional, publicitaria, de incentivación del comercio de proximidad, dirigidas principalmente a incrementar las ventas en el comercio al por menor.	60.000 EUROS
D. LÍNEA DE DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL EN EL ÁMBITO PROVINCIAL	
ACTUACIONES	
1. Actuaciones /campañas de dinamización del comercio de proximidad y estímulo de la demanda comercial y del consumo que faciliten el desarrollo y la mejora de la actividad comercial.	300.000 EUROS
TOTAL	690.000 EUROS

SEGUNDA. La Consellería aportará la cantidad de seiscientos veintisiete mil novecientos euros (627.900,00€), IVA añadido, con cargo a la aplicación presupuestaria 05.04.751A.781.1 "Asociacionismo comercial y servicios para pymes comerciales" del presupuesto de gastos para el año 2023.

TERCERA. La Federación se compromete a ejecutar las actuaciones previstas y a especificar la colaboración de la Consellería en toda la documentación que de ellas se deriven, así como a financiar el resto del presupuesto en la cantidad de sesenta y dos mil cien euros (62.100,00 €), IVA añadido.

Puesto que las actuaciones objeto del convenio van a implicar que la Federación beneficiaria lleve a cabo diversas contrataciones externas, la Dirección General de Comercio y Consumo podrá admitir una contratación separada de dichas actuaciones, siempre que los objetos de los contratos admitan fraccionamiento al ser susceptibles de utilización o aprovechamiento separado y constituyan unas unidades funcionales independientes, o así lo exija la naturaleza del objeto. Esta previsión será comprobada por el órgano gestor en el momento de la justificación de cada una de las actividades y gastos incurridos con carácter previo a efectuar los pagos a cuenta, sin perjuicio de aplicar lo dispuesto en el artículo 29.3 de la Ley 9/2007, de 13 de junio de subvenciones de Galicia, tal y como se establece en la cláusula quinta del presente convenio.

La subcontratación de las actividades subvencionadas podrá alcanzar el 100% y se regularán por lo dispuesto en el artículo 27 de la Ley 9/2007, de 13 de junio de subvenciones de Galicia, y en el artículo 43 del Decreto 11/2009 de 8 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de la dicha ley, sin perjuicio de aplicar la disciplina de contratación pública si la beneficiaria cumple con las condiciones del artículo 3.3 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público, para ser poder adjudicador.

CUARTA. La aportación de la Vicepresidencia primera para la realización de las actividades objeto de este convenio es compatible con otras ayudas otorgadas por otras administraciones o entes públicos o privados, nacionales o internacionales para la misma finalidad, siempre que el importe total de las subvenciones concedidas no supere el coste de las actividades subvencionadas.

QUINTA. El libramiento de la aportación por la Vicepresidencia primera se llevará a cabo una vez que la Federación acredite, mediante certificación expedida por el órgano competente, la realización de las acciones, y relación certificada de gastos, acompañada de relación nominativa de facturas o medios de justificación equivalentes agrupadas por cada una de las actuaciones desarrolladas con la conformidad de la Dirección General de Comercio y Consumo, antes del 5 de diciembre de 2023.

Las facturas y documentos justificativos de los gastos deberán presentarse acompañados de los justificantes de pago de acuerdo con lo que dispone el artículo 28 de la Ley 9/2007, de 13 de junio, de subvenciones de Galicia, excepto de aquellos gastos, de tracto periódico e iterativo, tales como el pago de impuestos o de cotizaciones de trabajadores que no es posible justificar dentro del período estipulado en este convenio pero de los que se presentan nóminas o copia de las liquidaciones, en su caso. La Federación deberá presentar una justificación complementaria en el mes de enero o febrero, cuando el pago sea efectivo para completar el expediente.

Cuando el importe del gasto subvencionable supere las cuantías establecidas en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, para el contrato menor (40.000 euros en el supuesto de ejecución de obra o 15.000 euros en los demás supuestos), la Federación deberá presentar la documentación relativa a la solicitud de, como mínimo, tres ofertas de diferentes proveedores, con carácter previo a la contratación del compromiso para la obra, la prestación del servicio o la entrega del bien, salvo que por sus especiales

características no exista en el mercado suficiente número de entidades que las realicen, presten o suministren, o salvo que el gasto se realizara con anterioridad a la solicitud de la subvención; todo ello de acuerdo con lo establecido en el artículo 29.3 de la Ley 9/2007, de 13 de junio de subvenciones de Galicia, modificado por la Ley 12/2011 de 26 de diciembre de medidas fiscales y administrativas.

La elección entre las ofertas presentadas, que deberán incluirse en la justificación, o, si es el caso, en la solicitud de la subvención, se realizará de conformidad con criterios de eficiencia y economía, y deberá justificarse expresamente en una memoria a elección cuando no recaiga en la propuesta económica más ventajosa.

Asimismo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 11.d) de la Ley de subvenciones de Galicia, la Federación deberá acreditar la concurrencia o no con otras ayudas públicas para la misma finalidad.

La aportación de la Consellería se minorará porcentualmente en caso de que la Federación no justifique el presupuesto total que figura en la cláusula primera.

Para hacer efectivo el dicho libramiento, hace falta que por la Federación se presenten certificaciones de estar al corriente en sus deberes tributarios, con la Seguridad Social y de no tener deudas pendientes por ningún concepto con la Xunta de Galicia.

La Vicepresidencia primera se reserva el derecho de solicitar toda la documentación que se considere precisa en relación con la justificación del objeto de este convenio. Por otra parte, la Federación queda obligada a facilitar toda la información que le sea requerida por la Intervención General de la Comunidad Autónoma, el Tribunal de Cuentas y el Consejo de Cuentas, en el ejercicio de sus funciones de fiscalización y control.

SEXTA. Se producirá la pérdida del derecho al cobramiento total o parcial de la subvención en el supuesto de falta de justificación del cumplimiento del convenio, de los deberes contenidos en estas cláusulas, de los deberes contenidos en el artículo 33 de la Ley 9/2007, de subvenciones de Galicia, o en la demás normativa aplicable, lo que dará lugar al deber de devolver total o parcialmente la subvención percibida, así como los intereses de demora correspondientes.

El procedimiento para declarar el origen de la pérdida del derecho de cobramiento de la subvención y para hacer efectiva la devolución a que se refiere el punto anterior será lo establecido en el Título II de la Ley 9/2007, de 13 de junio, de subvenciones de Galicia.

Incumplimiento parcial: siempre que se cumplan los requisitos o condiciones esenciales reflejados en el convenio, la Dirección General de Comercio y Consumo podrá apreciar un incumplimiento parcial, y deberá resolver sobre su alcance, aplicando la misma ponderación que tuviera la condición incumplida en el convenio y, si y el caso, estableciendo el deber de reintegro.

Cuando se trate de condiciones referentes a cuantía o conceptos de la inversión subvencionable, el alcance del incumplimiento se determinará proporcionalmente al gasto dejado de practicar o aplicado a conceptos distintos de los considerados subvencionables y, si es el caso, deberán reintegrarse las cantidades percibidas en dicha proporción. Con carácter general, si el incumplimiento superara el 65% de la inversión subvencionable del

proyecto, se entenderá que dicho incumplimiento es total, y deberán reintegrarse todas las cantidades percibidas y sus intereses de demora.

Las entidades beneficiarias de las subvenciones reguladas en estas bases les será de aplicación el régimen de infracciones y sanciones previsto en el Título IV de la Ley 9/2007, de 13 de junio, de subvenciones de Galicia y en el Título VI de su reglamento.

Asimismo, toda alteración de dichas condiciones y, en todo caso, la obtención concurrente de otras ayudas públicas para la misma finalidad, podrá dar lugar a la modificación de las cantidades establecidas en la cláusula segunda de este convenio.

Dichas modificaciones deberán formalizarse a través de la correspondiente adenda y someterse a los requisitos previstos en el artículo 35 del Decreto 11/2009, de 8 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 9/2007, de 13 de junio, de subvenciones de Galicia.

SÉPTIMA. La Federación presta su consentimiento a la Vicepresidencia primera para que, de acuerdo con lo establecido en la disposición adicional primera del Decreto 132/2006, de 27 de julio, por el que se regulan los registros públicos creados en los artículos 44 y 45 de la Ley 7/2005, de 29 de diciembre, de presupuestos generales de la comunidad autónoma de Galicia para el año 2006, publique las ayudas concedidas en los registros públicos referidos con expresión de la entidad beneficiaria, la cuantía y su finalidad, en la forma que determine el órgano competente.

OCTAVA.- Este convenio entrará en vigor al día siguiente a su firma, y extenderá su vigencia hasta el 31 de diciembre de 2023. Asimismo, quedan incluidas las acciones desarrolladas desde el mes de enero del año 2023 hasta el 5 de diciembre de 2023, y que se correspondan con el objeto de este convenio. No se contempla la posibilidad de prórroga.

NOVENA.- La suscripción de este convenio no comporta relación laboral, contractual o de cualquier otro tipo entre los profesionales que desarrollen las actividades y la Vicepresidencia primera, de tal manera que no se le podrá exigir responsabilidad ninguna, ni directa, indirecta, ni subsidiaria por los actos o hechos acaecidos en su desarrollo.

DÉCIMA.- Con la finalidad de asegurar el cumplimiento de este convenio, se creará una comisión de seguimiento de composición paritaria, que coordinará su desarrollo. Se reunirá a petición de una de las partes, y actuará como órgano de vigilancia, seguimiento y control del establecido en este Convenio. La citada comisión estará presidida por uno de los representantes de la Vicepresidencia primeira y Consellería de Economía, Industria e Innovación.

La comisión de seguimiento estará formada por dos representantes de la Vicepresidencia primeira y Consellería de Economía, Industria e Innovación y dos representantes de la Federación.

En todo lo no específicamente previsto sobre el funcionamiento de esta comisión, serán de aplicación las normas sobre órganos colegiados previstas en el capítulo II del título II, de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y en la sección III, capítulo I, título I (artículos 15 y siguientes) de la Ley 16/2010, de 17 de diciembre, de organización y funcionamiento de la Administración general y del sector público autonómico de Galicia.

La propia comisión, una vez constituida, decidirá el régimen de sus reuniones.

DÉCIMO PRIMERA: La modificación de la distribución de las actuaciones previstas en el presente convenio son circunstancias que pueden dar lugar a una modificación no sustancial del convenio que será aprobada por la Dirección General de Comercio y Consumo previa propuesta de la Comisión Mixta de Seguimiento prevista en la cláusula décima del presente convenio, siempre que no supongan incremento en la cuantía global prevista, que respondan a los objetivos señalados en la cláusula primera del convenio y cumplan los requisitos de la normativa, nacional y autonómica, en materia de subvenciones.

Cualquier otra modificación distinta de las anteriores, propuesta por la Comisión Mixta de Seguimiento, será realizada a través del mismo procedimiento que se siguió para la elaboración de este convenio.

DÉCIMO SEGUNDA.- Este convenio se resolverá por incumplimiento total o parcial de alguna de las cláusulas que lo regulan, o por el transcurso del tiempo estipulado sin que se culminen las actividades acordadas.

DÉCIMO TERCERA.- En la ejecución del presente convenio se respetará la normativa vigente en materia de protección de datos. Las partes se comprometen a cumplir lo dispuesto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales garantía de los derechos digitales y demás normativa aplicable sobre protección de datos de carácter personal y, especialmente los deberes de información y exigencia de consentimiento expreso a los interesados para el tratamiento y cesión de sus datos con la finalidad de posibilitar el desarrollo, ejecución y evaluación de los programas

DÉCIMO CUARTA .- Este convenio tiene naturaleza administrativa y se considera incluido en el artículo 6 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público, por la que se trasponen 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, por lo que queda fuera de su ámbito de aplicación, si bien se aplicarán los principios y criterios del dicho texto legal para resolver las dudas y lagunas que habían podido presentarse.

Este convenio se registrará, además de lo dispuesto en su clausulado, por la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y por la Ley 9/2007, de 13 de junio, de subvenciones de Galicia. Asimismo, le serán de aplicación las demás normas de derecho administrativo aplicable o, en su defecto, las derivadas del derecho privado. En consecuencia, le corresponde a la Vicepresidencia primeira y Consellería de Economía, Industria e Innovación la prerrogativa de interpretación de este convenio y resolver las dudas que surjan sobre su cumplimiento, siendo los acuerdos en este sentido inmediatamente ejecutivos sin perjuicio de que se puedan interponer contra ellos los correspondientes recursos contencioso-administrativos.

Y, en prueba de conformidad, se suscribe este convenio en el lugar y fecha arriba señalados, por duplicado ejemplar y para un único efecto.

Por la Xunta de Galicia
El vicepresidente primero y conselleiro
de Economía, Industria e Innovación

Por la Federación Gallega de Comercio
El presidente

Francisco José Conde López

José María Seijas López

ANEXO

El coste total estimado de las actuaciones objeto del convenio asciende a seiscientos noventa mil euros (690.000,00 €) IVA añadido, desglosado en los siguientes conceptos:

A. LÍNEA DE ORIENTACIÓN COMERCIAL, ASESORAMIENTO Y FORMACIÓN EN EL ASOCIACIONISMO COMERCIAL	
ACTUACIÓN	PRESUPUESTO
1.Oficina de orientación, asesoramiento e información al sector comercial gallego y formación en el asociacionismo comercial. Prestando especial atención al emprendimiento, cualificación y mantenimiento de la actividad empresarial comercial gallega.	320.000 EUROS
B. LÍNEA DE DIGITALIZACIÓN	
ACTUACIONES	PRESUPUESTO
1.Mantenimiento de la Plataforma Digital Centralizada E-Ticket, dirigida a agilizar y mejorar la relación y el contacto con el cliente. Herramienta sostenible que evita los inconvenientes del ticket físico: contacto cliente/dependiente, coste empresarial, deterioro y contaminantes	2.000 EUROS
2.Mantenimiento de la Plataforma de Ecommerce Online Comercio Galicia de venta al por menor. Mejora de herramientas: promoción, gestión de stock, posicionamiento web, ventas y precio, seguridad, logística, canales de pago, actualización y mejora del software.	8.000 EUROS
C. LÍNEA DE PROMOCIÓN DEL COMERCIO	
ACTUACIÓN	PRESUPUESTO
1. Una campaña Días Azules: campaña promocional, publicitarias, de incentivación del comercio de proximidad, dirigidas principalmente a incrementar las ventas en el comercio al por menor.	60.000 EUROS
D. LÍNEA DE DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL EN EL ÁMBITO PROVINCIAL	
ACTUACIONES	
1. Actuaciones /campañas de dinamización del comercio de proximidad y estímulo de la demanda comercial y del consumo que faciliten el desarrollo y la mejora de la actividad comercial.	300.000 EUROS
TOTAL	690.000 EUROS

A.- LÍNEA DE ORIENTACIÓN COMERCIAL, ASESORAMIENTO Y FORMACIÓN EN EL ASOCIACIONISMO COMERCIAL

- 1. Oficina de orientación, asesoramiento, e información al sector comercial gallego y formación en el asociacionismo comercial. Prestando especial atención al emprendimiento, cualificación y mantenimiento de la actividad empresarial comercial gallega.**

..... **320.000,00 euros**

Mantener en la organización representativa del sector una Línea de Orientación Comercial y Asesoramiento (enero – noviembre 2023). Se mantendrá personal técnico cualificado para el desempeño exclusivo de las funciones de orientación, asesoramiento y plataforma de servicio centralizado e información de las estructuras asociativas comerciales y demás entidades de comercio existentes en nuestro ámbito geográfico.

Los objetivos principales de esta línea van dirigidos a resolver las dudas de las personas comerciantes, asesorar/informar sobre las diferentes medidas a adoptar y apoyar al conocimiento de los programas y líneas de ayuda promovidas por la administración, en especial la autonómica, así como las distintas herramientas que tiene a su disposición el comerciante del sector del comercio al por menor.

También se hace extensiva la orientación/cualificación al sector comercial a los emprendedores del sector comercial gallego, en el que la labor de asesoramiento e información que realiza la Federación Gallega de Comercio es común a ambos.

La oficina define y concreta su actividad reuniendo medios, asesoramiento y capacidad técnica en aspectos y temáticas como:

- Tramitación administrativa y telemática de expedientes, subvenciones y programas (obtención de certificados electrónicos, llave365); legalidad y normativas comerciales autonómicas y nacionales específicas; normativa de consumo, arbitrajes, reclamaciones (formularios de reclamación) y procedimientos disciplinarios; licencias; registros de marcas y nombres comerciales; financiación; deberes y derechos económicos, contables, fiscales y laborales; inserción laboral; arrendamientos urbanos; protección y seguridad de datos; sostenibilidad; gestión comercial; redes empresariales; propiedad intelectual y derechos de autor; protección ambiental; formación; publicidad; autorizaciones; comunicaciones; ventas especiales; promoción de ventas y oferta; ferias; Horario comercial; así como los relativos a ayudas, descuentos, bonificaciones o subvenciones que les puedan interesar, o en el que se refiere al desarrollo de campañas dirigidas a la consecución de la plena competitividad y consolidación del sector. El servicio de asesoramiento es integral, continuado, permanente y actualizado, con todas las novedades y pasos que puedan afectar al empresario comercial.

Desde la oficina, por su parte, se presta asesoramiento y orientación en la generación de nuevas estructuras asociativas y a las ya consolidadas y vinculadas al sector comercial. Los recursos de los que disponen las organizaciones empresariales-comerciales son en muchos casos limitados, por lo que es de vital importancia prestar a estas entidades una asistencia definida e individualizada que las oriente de forma profesional y cualificada. El asesoramiento se concreta en los siguientes temas:

- Normativa de aplicación; denominación social; identidad-definición de los miembros y estructura organizativa y órganos de gobierno; domicilio y ámbito territorial; objeto social-actividades y fines; Constitución; acta fundacional; estatutos; reglamento interno; acuerdos; duración; cuotas; modificación estatutaria; socios; responsabilidad civil y seguro; deberes y plazos; sistema electoral y renovación de cargos; sistema económico; identificación fiscal; tasas; inscripción y registro; contabilidad y cuenta bancaria; deberes, declaraciones, retenciones-impuestos; contratación de servicios laborales y/o profesionales; arrendamientos; contratos; prestación y contratación de servicios; ayudas y subvenciones; Disolución y liquidación.

Asistencia y realización de acciones de sensibilización-difusión, información, formación y uso de las nuevas Tecnologías de la Información y digitalización del sector comercial; al emprendedor y a sus estructuras asociativas para conseguir su competitividad y competencia comercial es también otra de las líneas y otro de los pilares fundamentales a destacar en el trabajo del gabinete de orientación. Esta ayuda se especifica en los siguientes temas:

- Comercio electrónico; redes sociales; Promoción-publicidad y presencia en redes sociales; comunicación-marketing digital; conocimiento del nuevo consumidor digital; nuevos formatos de venta y canales de venta omnicanal; Procesos y pagos digitales; seguridad digital; fidelidad digital; sitios web; página de destino; imagen digital; e-mail marketing y correo profesional y herramientas de Google; hardware y software comercial.

Se sustancia la línea en el mantenimiento de la orientación, asesoramiento/cualificación, formación e información al sector comercial a lo largo de la vigencia del presente convenio, empleando herramientas tales como una línea telefónica gratuita, de acceso a todos los comerciantes de la comunidad gallega que puedan requerir los servicios descritos con anterioridad. Asimismo, se empleará para el buen desarrollo de la línea las nuevas tecnologías de comunicación de uso cotidiano como son el e-mail, mensajes y la plataforma corporativa de la Federación y sus herramientas, así como el correo común y la mensajería.

Se facilitará el acercamiento del comercio a la Administración y a sus programas de apoyo al sector a través de la organización representativa del sector del comercio gallego. Todo ello canalizado de una manera cualificada, profesional, sencilla y gratuita para el comercio gallego.

Elaboración de estudios y publicaciones y/o realización/impartición de cursos/seminarios de formación a estructuras asociativas comerciales gallegas [Federaciones, asociaciones, Centros Comerciales Abiertos,]. Se prestará especial atención a estos contenidos: Mejora

de competencias digitales, profesionales y técnicas; Fuentes de financiación y búsqueda de recursos; funcionamiento interno de las estructuras comerciales y asociativas; ámbito jurídico y perspectiva ética; estrategia de comunicación; distribución de elementos y organización de un espacio comercial; técnicas de venta; mercadotecnia/marketing digital y comercio electrónico; herramientas de redes sociales y publicidad.

Los costes contemplados dentro de este servicio son los siguientes:

- Costes de personal de la Federación Gallega de Comercio dedicados a la Línea de orientación, asesoramiento e información al sector comercial gallego. (costes salariales totales. Líquido, retenciones más la Seguridad Social).
- Costes de difusión y promoción del Servicio.
- Actuaciones dirigidas a la difusión y conocimiento de la Línea de orientación, asesoramiento y formación al sector comercial. Así como los servicios propios y vinculados a la Línea y los distintos programas dirigidos al comercio y a sus asociaciones: ciclo de jornadas informativas. El objetivo es fomentar el conocimiento por parte de los comerciantes y de las asociaciones de las herramientas que la Vicepresidencia Primeira y Consellería de Economía, Industria e Innovación – Dirección General de Comercio y Consumo, y la Federación Gallega de Comercio ponen a su disposición, incentivando que hagan uso de ellas. Dentro de las actuaciones se incluyen los gastos de diseño y edición de material audiovisual o de manuales.
- Línea gratuita de orientación, asesoramiento e Información al sector comercial. Desarrollo de la plataforma de servicio centralizado. Publicidad genérica en medios de comunicación.
- Gastos corrientes de la Línea de orientación comercial asesoramiento y formación en el asociacionismo comercial: Publicidad genérica en medios de comunicación. Alquiler de equipos informáticos y periféricos hardware y software, pólizas de seguros, fotocopidora, audiovisuales y mobiliario para el correcto desarrollo de la línea, cuotas de suscripción a publicaciones e inscripción en actividades y por la pertenencia a otras organizaciones autonómicas o estatales. Gastos ocasionados por la elaboración de estudios y publicaciones y/o por la realización/impartición de cursos/seminarios de formación a estructuras asociativas comerciales gallegas [Federaciones, asociaciones, Centros Comerciales Abiertos,]. Gastos derivados del funcionamiento de la Línea de orientación/asesoramiento/cualificación: gastos corrientes en bienes y servicios (alquiler vehículos, gastos de administración general y material fungible de oficina y ofimática, gastos correo y mensajería, manuales sociales-laborales, mantenimiento de software contable y de facturación, gastos de limpieza, gastos de asesoramiento, mantenimiento marcas de la Federación, de auditoría, Servidor/eres web Multihost/Virtual Up administrado. Gastos de consultoría y auditoría, Certificaciones ESO 9001:2015 Sistema de Gestión de Calidad, 14001 Gestión Ambiental y Gestión de Seguridad de la Información 27001. Gastos de consultoría, diseño e implantación del Plan de Igualdad en la Federación. Suscripción a prensa, gastos derivados de la administración, mantenimiento y dominios web, plataforma encuestas web, comunidad, electricidad,

agua, telefonía/fax, plataforma/comunicación sms, mantenimiento de la página web corporativa y plataforma de servicios).

El presupuesto de la oficina de orientación, asesoramiento e información al sector comercial gallego y formación en el asociacionismo comercial. Prestando especial atención al emprendimiento, cualificación y mantenimiento de la actividad empresarial comercial gallega supone un importe de 320.000,00 euros (iva añadido).

El presupuesto total de la actuación de la línea A. LÍNEA DE ORIENTACIÓN COMERCIAL, ASESORAMIENTO Y FORMACIÓN EN EL ASOCIACIONISMO COMERCIAL es de 320.000 euros (iva añadido).

B.- LÍNEA DIGITALIZACIÓN

1. Mantenimiento de la Plataforma Digital Centralizada E-Ticket, dirigida a agilizar y mejorar la relación y el contacto con el cliente. Herramienta sostenible que evita los inconvenientes del ticket físico: contacto cliente/dependiente, coste empresarial, deterioro y contaminantes.

..... **2.000,00 euros**

La plataforma Digital Centralizada E-Ticket permite a los comercios y a sus clientes sustituir el ticket tradicional impreso en papel por un sistema digital, moderno, fiable y eficaz. Con el objetivo de expandir su implantación, se llevarán a cabo actuaciones de mantenimiento del e-ticket digital entre los consumidores y comerciantes así como de recepción de comercios para su adhesión, realizando las actuaciones precisas para su integración y/o mantenimiento.

Las acciones de mantenimiento/integración de la Plataforma Digital Centralizada E-Ticket se llevarán a cabo según el siguiente plan:

- ✓ Plataforma Digital E-Ticket:
 - Continuidad en la expansión de la plataforma
 - Mantenimiento del hard/soft de servidores y dependencias, automatización.
 - Mantenimiento y Adaptación de contenidos y manuales..
 - Enfocamiento y traslado a los nuevos comercios de:
 - Modulo Core / Plataforma Web
 - Módulo de Usuarios
 - Apps Usuario Android /IOS
 - Reuniones técnicas grupales en salas debidamente acondicionadas para el conocimiento del sector comercial / consumidor.

Los costes de esta actividad se justificarán con los conceptos que siguen:

- Medios humanos: Coordinador/es técnicos, técnico/s analistas y / o administrativos cualificados contratados mercantil y/o laboralmente a todos los efectos (costes salariales totales, líquido, retenciones a la SS, desplazamientos). Desarrollando las actividades de mantenimiento; adaptaciones y actualizaciones del hard/soft servidores y dependencias, análisis y diseño de las nuevas DDBB, integración, desarrollos, test-implementación, coordinación, difusión-promoción, asesoramiento, acercamiento, implantación de la Plataforma Digital Centralizada E-Ticket.
- Medios técnicos, manuales y desarrollo de tecnología: Alquiler de servidores dedicados, Hard-soft, Alquiler de equipos informáticos y periféricos hardware y software, pólizas de seguros, fotocopiadora, audiovisuales y mobiliario para el correcto desarrollo de la línea. Manuales, telefonía [voz y datos]. Alquiler de salas y equipos vinculados. publicidad en la red: ruido social, rivales, influencers.
- Alquiler de vehículos: Mantenimiento. Cartelería, rollers.

El presupuesto de mantenimiento de la *Plataforma Digital Centralizada E-Ticket*, dirigida a agilizar y mejorar la relación y el contacto con el cliente. Herramienta sostenible que evita los inconvenientes del ticket físico: contacto cliente/dependiente, coste empresarial, deterioro y contaminantes tiene un importe de 2.000,00 euros (iva añadido).

2. Mantenimiento de la Plataforma de Ecommerce Online Comercio Galicia de venta al por menor. Mejora de herramientas: promoción, gestión de stock, posicionamiento web, ventas y precio, seguridad, logística, canales de pago, actualización y mejora del software.

..... **8.000,00 euros**

Se proporciona al comercio gallego una plataforma para ayudar a la expansión digital de los negocios del sector, impulsando la venta física y especialmente a través de internet, de forma coordinada entre ellas. Permite crear y/o mejorar la estrategia de ventas en un período excepcional de dificultades derivadas de las sucesivas crisis fundamentalmente económicas que venimos sufriendo, optimizando los recursos tanto personales como económicos relativos a la gestión integral de los distintos canales de venta, modernizando y adecuando dichos aspectos a la realidad existente.

El Sistema tiene incorporado el E-ticket digital, permitiendo a los comercios y sus clientes sustituir el tradicional ticket en papel, utilizando solo una herramienta digital con todas las garantías legales, evitando los inconvenientes del ticket impreso frente a su pérdida o deterioro. Además, contribuye con la conservación y mejora del medio ambiente, eliminando el uso de papel y contaminantes intrínsecos a la generación de los tickets tradicionales.

El Sistema Tecnológico de Digitalización de Ventas físicas y en línea se desarrolló teniendo en cuenta múltiples aspectos relativos a la tecnología asociada a su funcionamiento y evolución: Concurrencia, peticiones múltiples, trazabilidad, backups, seguridad, escalabilidad.

El sistema tiene varios componentes funcionales integrados que, a su vez, pueden funcionar de manera independiente, permitiendo la permeabilidad o impermeabilidad de los datos en base a los requerimientos propios de cada uno de ellos, y a los requisitos globales aplicables al sistema. Dichos componentes se dividen en: componente de gestión, componente de venta en línia e-ticket digital.

El objetivo de esta plataforma tecnológica es incrementar la competitividad del comercio de proximidad gallego frente a las grandes empresas de ámbito nacional e internacional, dando visibilidad a sus productos en todos los canales de venta posibles (online y offline), y ampliando su rango de disponibilidad fuera de sus zonas de actuación tradicionales. Todo eso sin incurrir en elevados costes de desarrollo, gestión y mantenimiento.

Para cumplir este objetivo, llevarán a cabo las siguientes acciones de mantenimiento en el desarrollo e implantación del Sistema Tecnológico de Digitalización de Ventas:

- Análisis del entorno de desarrollo y planificación de los estadios evolutivos.
- Configuración del hardware y software de servidores.
- Diseño y programación de DDBB.
- Desarrollo con múltiples lenguajes de programación con tecnología WEB: HTML5, CSS3, JavaScript, jQuery, MySQL
- Implantación de módulos principales: POS, BI, facturación, producto/servicio, stock, clientes/consumidores, canales online
- Desarrollo de: back-end, front-end, códigos de programación estandarizados, módulos de integración, módulos de gestión, módulo de usuarios.
- Actualización de contenidos y manuales técnicos y de uso.
- Integraciones, implementaciones y tests.
- Transferencia del sistema y sus componentes y herramientas, destinado a su uso final.
- Publicidad en la red: redes sociales, youtubers, influencers, chats, foros.
- Reuniones de formación técnica y a nivel de usuario en salas acondicionadas con todos los requisitos tecnológicos necesarios para el correcto aprendizaje del sistema.

Además, de manera específica para la plataforma de venta online en forma de Marketplace autogestionable por los comercios, se realizarán las siguientes tareas de mantenimiento, desarrollo y mejora tecnológica de la misma:

- Mantenimiento de la plataforma base empleada para el desarrollo del Marketplace.
- Actualizaciones del servidor para adoptar las últimas versiones disponibles de las tecnologías PHP y MySQL.
- Actualizaciones del servidor para adoptar las últimas versiones disponibles de las tecnologías PHP y MySQL.
- Implantación de nuevas medidas de seguridad a nivel de Hardware y Software: encriptación avanzada de datos, módulos de seguridad Apache, Firewall y Antivirus de servidor, filtros de Spam y prevención de Phishing, control y logs de acceso.
- Mejoras y actualización del Front-end y Back-end de la plataforma de venta online, con el objetivo de adaptarla a las nuevas tendencias y mejorar la legibilidad e accesibilidad.

Los costes de esta actividad se justificarán con los conceptos siguientes:

- Medios humanos: Coordinador/es técnicos, Programadores, Técnicos analistas y/o administrativos cualificados contratados mercantil y/o laboralmente a todos los efectos (costes salariales totales, líquido, retenciones y SS, desplazamientos). Desarrollando las actividades de análisis y planificación, configuración hardware/software de servidores y dependencias, análisis y diseño de DDBB, integración, desarrollos, tests e implementación, coordinación, programación, difusión-promoción, asesoramiento e implantación del Sistema Tecnológico de Digitalización de Ventas.
- Medios técnicos y desarrollo de la tecnología: Generación y creación del código de programación con múltiples tecnologías WEB. Elección y gestión de producto y canales de venta que garanticen una constante evolución del Sistema. Estadísticas de negocio. Módulo de Usuarios, Alquiler y/o compra de servidores dedicados, Hardware/Software, Alquiler y/o compra de equipos informáticos y periféricos hardware. Alquiler y/o compra de software de diseño y programación. Registro de marcas vinculadas. Pólizas de seguros. Fotocopiadora, audiovisuales y mobiliario para el correcto desarrollo de la línea. Manuales. Telefonía (voz y datos). Alquiler de salas y equipos vinculados. Publicidad en la red (redes sociales, influencers, chats, foros, prensa/radio).
- Alquiler de vehículos. Puesta en conocimiento al comercio del Sistema. Cartelería, rollers.

El presupuesto de la Plataforma de Ecommerce Online Comercio Galicia de venta al por menor. Mejora de herramientas: promoción, gestión de stock, posicionamiento web, ventas y precio, seguridad, logística, canales de pago, actualización y mejora del software es de 8.000,00 euros (iva añadido)

El presupuesto total de las actuaciones de la línea B. LÍNEA DE DIGITALIZACIÓN es de 10.000 euros (IVA añadido).

C.- LÍNEA DE PROMOCIÓN DEL COMERCIO

1. Una campaña Días Azules: campaña promocional, publicitaria, de incentivación del comercio de proximidad, dirigidas principalmente a incrementar las ventas en el comercio al por menor.

..... **60.000,00 euros**

El pequeño comercio es un sector principal y estratégico que contribuye a consolidar el empleo y a mantener las condiciones existentes favorables para la puesta en marcha de nuevas iniciativas emprendedoras, con una más que notable repercusión en la cohesión de la vida de los pueblos.

Las actuaciones que se realizarán bajo esta línea incluirán la realización de actividades de promoción y visualización del comercio local.

La campaña publicitaria y promocional tendrá como objetivo visibilizar y crear relaciones de afinidad con el comercio de proximidad generando movimientos sociales, posicionando su imagen, sus ventajas y características generadoras de confianza, al mismo tiempo que se persigue incentivar y reactivar el consumo.

La campaña se desarrollarán en las fechas más idóneas, desde el punto de vista comercial. La campaña publicitaria y promocional se realizará además por los medios más adecuados y durante o con la duración precisa para conseguir sus objetivos.

Las distintas actuaciones de potenciación del comercio local estarán incluidas en una campaña publicitaria diseñada bajo una estrategia creativa y que incluirá el diseño de la campaña, la producción, ejecución y su difusión.

Los costes de las campañas publicitarias y de promoción comprenderán:

- Costes de creatividad, diseño e imagen de las campañas
- Costes de producción y ejecución de las campañas
- Costes de difusión en medios de comunicación
- Elaboración de material promocional (merchandising, cartelería Packs promocionales de las campañas: cartelería, bases campañas, folletos, flyers, papelería, comunicación, cartas)
- Logística y distribución de material promocional de las campañas. Alquiler de vehículos.
- Jornadas de difusión y presentación de las campañas
- Medios informáticos, audiovisuales y de megafonía

- Costes de sorteos
- Promoción y publicidad en medios comunicación /difusión digitales y/o tradicionales.
- Alquiler de salones y salas de prensa y material informático y/o audiovisual.
- Medios humanos: Coordinador técnico, y/o técnico, y o azafatas/los, contratados mercantil laboralmente a todos los efectos (costes salariales totales, líquido, retenciones y SS) que sean necesarios para dar soporte y asistencia técnica/administrativa a la puesta en marcha y ejecución y seguimiento de las campañas.
- Costes de personal de la Federación Galega de Comercio dedicados a la línea de promoción comercial (costes salariales totales. Líquido, retenciones más la Seguridad Social).
- Cualquier otro gasto e inversión asociados a las acciones a desarrollar que, de manera indudable, respondan a la naturaleza de la actuación objeto del convenio.

El objetivo primordial es el de incentivar el consumo local en el comercio gallego de proximidad. Se procurará, en la medida de lo posible, que la campaña tenga una línea de continuidad, imagen y mantenimiento en el tiempo.

El presupuesto de la campaña Días Azules: campaña promocional, publicitaria, de incentivación del comercio de proximidad, dirigida principalmente a incrementar las ventas en el comercio al por menor es de 60.000 euros (iva añadido).

El presupuesto total de la actuación de la línea C. LÍNEA DE PROMOCIÓN DEL COMERCIO LOCAL es de 60.000,00 euros (IVA añadido)

D. LÍNEA DE DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL EN EL ÁMBITO PROVINCIAL

1.Actuaciones / campañas de dinamización del comercio de proximidad y estímulo de la demanda comercial y del consumo que faciliten el desarrollo y la mejora de la actividad comercial.

..... **300.000,00 euros**

Se desarrollarán actuaciones de dinamización del comercio de proximidad y estímulo de la demanda comercial y del consumo que faciliten el desarrollo y la mejora de la actividad comercial. Estas actuaciones y actividades serán desarrolladas implicando a las federaciones de comercio provinciales, y a las asociaciones comerciales con su participación directa y la de los establecimientos comerciales, si es el caso.

Campañas promocionales, publicitarias de revitalización e incentivación del comercio y del consumo en el comercio de proximidad, dirigidas principalmente a incrementar las ventas en el comercio al por menor en las cuatro provincias gallegas.

Las actuaciones que se realizarán bajo esta línea incluirán la realización de actividades de promoción y visualización del comercio local.

Las campañas publicitarias y promocionales tendrán como objetivo visibilizar y crear relaciones de afinidad con el comercio de proximidad generando movimientos sociales, posicionando su imagen, sus ventajas y características generadoras de confianza, al mismo tiempo que se persigue incentivar y reactivar el consumo.

Se llevarán a cabo las actuaciones en las fechas más idóneas, desde el punto de vista comercial. Las campañas publicitarias y promocionales se realizarán además por los medios más idóneos y durante o con la duración precisa para conseguir sus objetivos.

Se organizarán diversas actividades en distintas localidades gallegas, distribuidas por todo el territorio, con el objetivo de visualizar, promocionar y activar, incentivando y revitalizando la actividad comercial.

El número de localidades y/o zonas comerciales en las que se desarrollará la campaña no será inferior a siete ni superior a diez en todas y cada una de las provincias gallegas.

La dinámica de las campañas a desarrollar en cada una de las provincias abarca las siguientes actividades en cada una de las localidades y zonas comercial donde se desarrolle la campaña.

- Dinamización en las calles con azafatas y promotores. Implantación de un punto de dinamización / reparto de material (cartelería, folletos) y de información fijo de la campaña local o zona comercial.
- Instalación de una carpa/jaima para la celebración de sorteo promocional y/o las actividades de dinamización programadas para días señalados/principales [por ejemplo inicio/finalización campaña en cada una de las localidades. Dotación de contenidos de la carpa/jaima y su acondicionamiento: rollers, fly-banners, sinalética, lonas, cartón pluma.
- En la carpa/jaima que se emplace en las distintas localidades / zonas comerciales y en los días en que se promocióne la campaña se instalarán medios audiovisuales / megafonía e informáticos. Rotulación de la carpa, sinalética, lonas, cartón pluma.
- Actuaciones musicales y de animación dentro de la carpa/jaima días señalados/principales y/o de inicio/finalización de la campaña en cada localidad-zona comercial. También habrá animación y música por las calles donde se desarrolle la campaña.
- Imagen corporativa de la campaña.
- Vigilancia y seguridad. Contratación de empresa de seguridad para la vigilancia de los elementos móviles e inmóviles pertenecientes a la campaña/s a desarrollar en todas y en cada una de las localidades/zonas comerciales.
- Póliza de seguro de responsabilidad civil.
- Reportaje publicitario en prensa, prensa digital, redes sociales y cobertura mediática de la/s campañas.
- Medios humanos: Coordinadores en general, presentadores y técnicos.
- Muebles y decoración del stand/local y ornamentación.

Los costes de las campañas de dinamización / publicitarias y de promoción comprenderán:

- Costes de creatividad, diseño e imagen de la/s campaña/s
- Costes de producción y ejecución de las campaña/s
- Costes de difusión en medios de comunicación
- Elaboración de material promocional y de dinamización (merchandising, cartelería Packs promocionales de las campañas: cartelería, audiovisuales, cuñas promocionales, boletos, bases campañas, folletos, flyers, fly-banners surf, papelería, comunicación, cartas)
- Logística, distribución y reparto de material promocional de las campañas.
- Jornadas de difusión y presentación de las campañas
- Medios informáticos, audiovisuales, dinamización/animación y de megafonía
- Costes de sorteos
- Software de gestión de la campaña/s: redireccionamiento web, procesamiento seguro de datos.
- Aplicaciones de desarrollo y gestión de estadísticas de la/s campaña/s.
- Comunicación operativa y/o promocional de la participación en las campaña/s.
- Elaboración, promoción, divulgación y publicidad en medios comunicación / difusiones digitales y/o tradicionales (prensa, radio).
- Equipación y vestuario para promotores, azafatas/os. Alquiler de vehículos.
- Alquiler de salones y salas de prensa y material informático y/o audiovisual.
- Medios humanos: Coordinador técnico, y/o técnico, y/o administrativo, y o azafatas/os, contratados mercantil laboralmente a todos los efectos (costes salariales totales, líquido, retenciones y SS) que sean necesarios para dar soporte y asistencia técnica y administrativa a la puesta en marcha y ejecución y seguimiento de las campañas.
- Costes de personal auxiliar y/o administrativo de la Federación Galega de Comercio de dedicados a la línea de desarrollo de campañas de dinamización comercial en el ámbito provincial. (costes salariales totales. Líquido, retenciones más la Seguridad Social).
- Plan de comunicación y animación en RRSS: Generación de contenidos, dinamización de la campaña/s e integración de las campañas en las distintas localidades / zonas comerciales.
- Cualquier otro gasto e inversión asociado a las acciones a desarrollar que, de manera indudable, responda a la naturaleza de la actuación objeto del convenio.

El presupuesto de las Actuaciones /campañas de dinamización del comercio de proximidad y estímulo de la demanda comercial y del consumo que faciliten el desarrollo y la mejora de la actividad comercial es de 300.000 euros (iva añadido).

El presupuesto total de las actuaciones de la línea D. LÍNEA DE DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL EN EL ÁMBITO PROVINCIAL es de 300.000,00 euros (IVA añadido).