



# Memoria Justificativa y Solicitud de Contratación para contratos de la LCSP

**OBJETO A CONTRATAR: SERVICIOS PROFESIONALES DE UNA  
AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DISEÑO DE UNA  
CAMPAÑA PUBLICITARIA DE METRO DE MADRID**

**NÚMERO DE LA S.C: 6000009920**

**Dirección/  
Subdirección:**

Cliente, Marca y Medios

Metro de Madrid, S.A.

**Área:** Marca

**División:**

**Servicio:** Marketing

**Aprobado por:** Miguel Oliver

## 1 OBJETO DE LA SOLICITUD DE CONTRATACIÓN

El presente documento tiene por objeto elevar a la aprobación del correspondiente órgano de contratación de Metro de Madrid, S.A., la autorización para el inicio de un proceso de licitación que tiene por objeto la contratación de la contratación de una Agencia de Publicidad para la realización del diseño, creatividad y producción de una campaña publicitaria para Metro de Madrid.

## 2 DATOS DE LA LICITACIÓN

### ▪ Objeto

Contratación consistente en los servicios profesionales de una Agencia de Publicidad para la realización del diseño, creatividad y producción de una campaña publicitaria para Metro de Madrid.

### ▪ Estamento responsable de la ejecución del contrato

Servicio de Marketing

### ▪ Valor estimado del contrato (artículo 101 LCSP)

Valor estimado: 145.000 euros (IVA no incluido)

### ▪ Método de cálculo aplicado para determinar el valor estimado (artículo 101 LCSP)

#### CONTRATOS DE SERVICIOS

Indicar el método que proceda:

☒ El valor real de los distintos contratos análogos adjudicados, ajustado en función de los precios habituales en el mercado

### ▪ Presupuesto base de Licitación (artículo 100 LCSP)

- Base imponible (BI): 145.000,00 €
- Importe del I.V.A.: 30.450,00 €

- Presupuesto base de licitación (PBL): 175.450,00 €

▪ **Desglose del presupuesto base de licitación (artículo 100.2 LCSP)**

**CONTRATOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS**

**COSTE ENDÓGENOS**

Son los generados por el contrato y están formados por los Costes Directos e Indirectos.

Costes Directos (98% del PE)	123.565,22 €
------------------------------	--------------

Costes Indirectos (2% del PE)	2.521,74 €
-------------------------------	------------

Presupuesto de Ejecución (PE): Costes Directos + Costes Indirectos	126.086,96 €
---	--------------

**COSTE EXÓGENOS**

Son los relacionados con las actividades de la empresa y están formados por los gastos de estructura (GG+BI).

Gastos Generales (9% PE)	11.347,83 €
--------------------------	-------------

Beneficio Industrial (6% PE)	7.565,21 €
------------------------------	------------

Base imponible	145.000,00 €
----------------	--------------

<b>Presupuesto Base de Licitación (Base imponible + IVA)</b>	<b>175.450,00 €</b>
--	---------------------

▪ **Modificación del contrato (artículo 204 LCSP)**

☒ No procede

▪ **División en lotes:**

☒ **NO se divide en lotes (artículo 99.3 LCSP)**

- **Justificar los motivos** de la no división en lotes: 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, ya que tanto el diseño como la producción de la campaña debe realizarlo la misma empresa para conseguir la coherencia esperada en el resultado de la campaña.

▪ **Duración del contrato**

- Plazo de duración/ejecución inicial del contrato: 18 meses
- Hito a partir del cual comienza la duración/ejecución del contrato:
  - ☒ A partir del día siguiente a la formalización del contrato
- Prórrogas:
  - ☒ NO

▪ **Clasificación del contrato**

Sujeto a LCSP (Ley 9/2017)

▪ **Naturaleza del contrato**

☒ Servicios

- **Justificar** la insuficiencia de medios:
  - o Falta de personal especializado en la creación publicitaria.
  - o Falta de medios técnicos para la producción audiovisual.

▪ **Procedimiento de licitación**

☒ Procedimiento Abierto Ordinario

- **Justificación del procedimiento:**
- Se propone la contratación mediante procedimiento abierto con el fin de asegurar los principios de igualdad, transparencia y libre competencia. Además, no se reúnen los requisitos necesarios que exige la LCSP para la aplicación de un procedimiento negociado. En consecuencia con lo anterior, se va a utilizar el procedimiento abierto ordinario.

■ **Criterio de adjudicación (artículos 145 y 146 LCSP)**

☒ Pluralidad de criterios en base a la mejor relación **calidad-precio**

(En el caso de que el objeto del contrato se corresponda con el anexo IV de la LCSP o tenga por objeto prestaciones de carácter intelectual deberá indicarse dicha circunstancia y el motivo por el que se considera prestación de carácter intelectual: **El objeto de este contrato son servicios de carácter intelectual, debido a que es una creación publicitaria**)

■ Ponderación criterios de adjudicación del contrato:

- o Criterios cualitativos: 51 %
- o Criterios económicos: 49 %

• Criterios cualitativos:

- Estrategia y diseño de la campaña, 16%
- Desarrollo de la estrategia del spot de televisión, internet y cine, 15%
- Desarrollo de la estrategia de radio, 10%
- Desarrollo de la estrategia gráfica, 10%

¿Se aplicarán fórmulas de valoración de los criterios cualitativos? No

¿Se evalúan criterios mediante juicios de valor dentro de la valoración de los criterios cualitativos? Sí

- **Justificación** de porqué se utilizan criterios de calidad evaluables mediante juicios de valor en lugar de criterios evaluables de forma automática mediante fórmulas automáticas:

Es necesario evaluar los criterios cualitativos mediante juicios de valor, ya que al tratarse de un servicio de carácter intelectual, la forma de presentar las propuestas puede ser muy diversa.

- Criterios económicos:

☒ Precio

- ¿Se aplicarán fórmulas de valoración de los criterios económicos? Sí, se otorgará la máxima puntuación a la oferta económica que presente un precio más bajo. El resto de ofertas se valorarán de forma proporcional mediante la siguiente fórmula lineal:

$$\text{Punt. Econ} = \text{Bbest} \times (\text{Pmax}) / \text{Bi}$$

- Punt. Econ = Puntuación económica de la oferta objeto de la valoración
- Bbest = Mejor oferta económica
- Pmax = puntuación máxima (49 puntos)
- Bi = Oferta económica objeto de la valoración

La aplicación de esta fórmula permite una valoración proporcional y equitativa de las ofertas.

▪ **Subcontratación (artículo 215 LCSP):**

☒ Procede

- Indicar las tareas críticas que no podrán ser objeto de subcontratación:  
Ninguna

▪ **Procedimiento de subasta electrónica o petición sucesiva de ofertas**

☒ NO

- Justificar la opción elegida: En esta licitación no se considera conveniente la subasta electrónica o petición sucesiva de ofertas ya que se trata de un servicio que requiere un alto nivel de especialización y que redundaría de manera notable en la imagen de Metro de Madrid.

▪ **Fondos FEDER**

☒ Contrato no financiable con fondos FEDER

▪ **Confidencialidad de los Pliegos de Prescripciones Técnicas**

☒ NO

▪ **Cesión de datos**

¿La ejecución de este contrato requiere la cesión de datos por parte de Metro de Madrid, S.A. al contratista?

☒ NO

### 3 JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

Metro de Madrid realiza anualmente campañas de publicidad para promover la imagen de marca de la compañía.

Debido a la situación especial que se está viviendo, con una bajada importante de la demanda de viajeros, se pretende realizar una campaña de publicidad cuyo objetivo principal es incrementar el número de viajeros, volviendo a recuperar los niveles de demanda de finales de 2019.

### 4 ANTECEDENTES

	CONTRATACIONES ANTERIORES			CONTRATACIÓN ACTUAL
SOLICITUD DE CONTRATACIÓN N° CONTRATO	Contrato: 7217000505	Contrato: 7218000556	Contrato: 7220000901	.....
OBJETO DEL CONTRATO	Servicio para la realización del diseño, creatividad y producción de dos campañas publicitarias de Metro de Madrid	Servicio para la realización del diseño, creatividad y producción de dos campañas publicitarias de Metro de Madrid	Servicios profesionales de una agencia de publicidad para el diseño de una campaña publicitaria de Metro de Madrid	Servicios profesionales de una agencia de publicidad para el diseño de una campaña publicitaria de Metro de Madrid
DURACIÓN INICIAL DEL CONTRATO	6 meses	6 meses	12 meses	18 meses
PRÓRROGAS PREVISTAS	No	No	No	No
MODIFICADOS PREVISTOS	No	No	No	No
LOTES	No	Si	No	No
PRESUPUESTO BASE LICITACIÓN (SIN IVA)	210.000 €	240.000 €	150.000 €	145.000 €
VALOR ESTIMADO	210.000 €	240.000 €	150.000 €	145.000 €

El contrato anterior se licitó por un importe de 150.000 €, aunque finalmente se adjudicó por 105.000 €. Dicho contrato tenía una vigencia de 12 meses. Este nuevo contrato tendrá una vigencia de 18 meses, 6 meses más que el anterior contrato. Tomando como referencia el importe de la adjudicación del contrato anterior, así como el IPC interanual del 5,3% y la ampliación de la duración del contrato, la nueva



licitación tendrá un presupuesto base de 145.000 €. Para valorar este incremento de presupuesto se ha tenido en cuenta la ampliación del límite de tiempo que tendrán que estar vigentes los derechos de imagen de la campaña y las diferentes adaptaciones de las piezas que tendrán que realizarse en función de los planes de medios que se establezcan durante la vigencia del contrato.

**5 INFORMACIÓN PRESUPUESTARIA**

**PRESUPUESTO DE GASTO**

<b>AÑO</b>	2022	2023	.....
<b>IMPORTE PERMITIDO</b>	145.000 €		
<b>CECO</b>	1104		
<b>CUENTA</b>	627203		

*El presente documento, emitido a efectos de cumplimiento de obligaciones en materia de transparencia, es copia fiel del original, en el que constan las firmas auténticas y completas de las personas firmantes.*

*En cumplimiento de las obligaciones de protección de datos personales, no constan en esta copia datos identificativos adicionales a nombre y apellidos.*



