



Memoria Justificativa y Solicitud de Contratación

**OBJETO A CONTRATAR: SERVICIO PROFESIONAL DE UNA
CENTRAL DE MEDIOS PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS
PUBLICITARIAS DE METRO DE MADRID**

NÚMERO DE LA S.C: 6000008298

**Dirección
/Gerencia:**

Marca y Medios

Área: Marca

Metro de Madrid, S.A.

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 del servicio profesional de una central de medios de publicidad para la difusión de las campañas de Metro de Madrid.

2 DATOS DE LA LICITACIÓN

▪ Objeto

El objeto es contratar los servicios profesionales de una central de medios, dirigido a la compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios, que se contratarán mediante la licitación y adjudicación de una Central de Medios de Publicidad para la planificación, mediación, inserción, asesoramiento y posterior seguimiento de la difusión de publicidad de Metro de Madrid.

▪ Servicio responsable de la ejecución del contrato

Servicio de Marketing

▪ Valor estimado del contrato (artículo 101)

Valor estimado: 2.400.000 euros (IVA no incluido)

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

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

▪ Presupuesto base de Licitación (Art. 100):

- Base imponible (BI): 1.600.000 €
- Importe del I.V.A.: 336.000 €

- Presupuesto base de licitación (PBL): 1.936.000 €

- **Desglose del presupuesto base de licitación (Art. 100.2):**
Para esta licitación es imposible desglosar los costes estimados del presupuesto base de licitación, ya que existen múltiples conceptos en los que se compone el servicio solicitado.

- **Modificación del contrato**
 - ☒ No procede
 - ☐ Procede

- **División en lotes:**
 - ☐ Sí se divide en lotes (Art. 99.4)
 - ☒ NO se divide en lotes (Art. 99.3)

Justificar los motivos de la no división en lotes: Esta licitación no es posible dividirla en lotes, ya que para la negociación, adquisición y compra de espacios publicitarios en medios de comunicación se requiere a una única empresa que se encargue de coordinar todas las fases del servicio.

- **Duración del contrato**
 - Plazo de duración/ejecución inicial del contrato: 1 año
 - Hito a partir del cual comienza la duración/ejecución del contrato:
 - ☒ A partir del día siguiente a la formalización del contrato
 - ☐ A partir del día siguiente a la firma del acta de replanteo
 - ☐ A partir del día siguiente a la firma del acta de inicio de los trabajos

- Prórrogas:

☐ NO

☒ Sí.

- N° de prórrogas: 1

- Duración de cada prórroga: 6 meses

- **Justificación** de la necesidad de prórrogas: Se necesita cubrir el contrato con una posible prórroga de 6 meses de duración que permita cubrir el tiempo necesario hasta la siguiente licitación y adjudicación.

■ **Clasificación del contrato**

☐ Sujeto a LCSP (Ley 9/2017)

☒ Sujeto a LCSE (Ley 31/2007)

■ **Naturaleza del contrato**

☒ Servicios

- **Justificar** la insuficiencia de medios: Metro de Madrid no puede realizar los trabajos objeto de esta licitación por los siguientes motivos:

o Falta de personal especializado en la compra de espacios publicitarios.

o La compra de espacios publicitarios a través de una central de medios favorece el descuento aplicado sobre tarifa oficial, ya que una central de medios realiza compra de espacios por volumen.

☐ Suministros

☐ Obras

☐ Mixto (servicios/suministros/obras)

■ **Procedimiento de licitación**

☒ Procedimiento Abierto

☐ Procedimiento Abierto Simplificado

☐ Procedimiento Abierto Súper-Simplificado

☐ Procedimiento con negociación y concurrencia

☐ Procedimiento negociado sin publicidad y sin concurrencia (contratista único)

▪ **Criterio de adjudicación (Arts. 145 y 146)**

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

- Criterios cualitativos: 20 %
 - Plan estratégico: 15%
 - Gestión y supervisión de la campaña: 5%
- Criterios económicos: 80 %
 - Descuentos sobre tarifa en medios: 70%
 - Comisión de agencia: 10%

¿Se aplicarán fórmulas de valoración de los criterios económicos? No.

☐ Pluralidad de criterios en base a la mejor relación coste-eficacia (sobre la base del precio o coste)

☐ Único criterio (precio o criterio basado en rentabilidad)

▪ **Subcontratación**

☐ No procede

☒ Procede

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

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

☒ NO

☐ SI

▪ **Fondos FEDER**

☒ Contrato no financiable con fondos FEDER

☐ Contrato financiable con fondos FEDER

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

☒ NO

☐ SI

3 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

Metro de Madrid tiene un objetivo claro de fomentar el uso del transporte público. Para ello se ha establecido un plan de comunicación institucional para 2020 a través del cual se identifican las acciones publicitarias que se llevarán a cabo el próximo año.

El **Plan de publicidad y comunicación para 2020** se vertebra en torno a:

- **Publicidad institucional** en formatos tradicionales, para crear notoriedad de marca e incrementar el número de viajeros.

Para llevar a cabo dicho Plan se realiza esta licitación, a través de concurso público, para la selección de una Central de Medios de Publicidad que se encargue de la planificación, mediación, inserción, asesoramiento y posterior seguimiento de la publicidad tradicional de Metro de Madrid.

PUBLICIDAD EN MEDIOS TRADICIONALES

Se llevarán a cabo dos campañas publicitarias:

- **Campaña institucional de Metro:** campaña que pretende fomentar el uso de metro como medio de transporte ideal en la región.
- **Campaña de Navidad que fomente el uso de Metro** como la mejor opción de movilidad en la Comunidad de Madrid en esas fechas.

PRESUPUESTO

Para 2020 se ha establecido un presupuesto de **1.600.000 €**, un 5,88 % menos que la licitación anterior.

RESUMEN LICITACIONES ANTERIORES

CONCEPTO	LICITACIÓN 2016	LICITACIÓN 2017	LICITACIÓN 2018	LICITACIÓN 2019	LICITACIÓN 2020
NUM. SOLICITUD	SC 6000004668	SC 6000005885	SC 6000006541	SC 6000007220	**
NUM. CONTRATO	CONTRATO: 7216001131	CONTRATO: 7217000586	CONTRATO: 7218000452	CONTRATO: 7219000023	**
OBJETO DEL CONTRATO	Servicio profesional de central de medios de publicidad para la difusión de las campañas de Metro	Servicio profesional de central de medios de publicidad para la difusión de las campañas de Metro	Servicio profesional de central de medios de publicidad para la difusión de las campañas de Metro	Servicio profesional de central de medios de publicidad para la difusión de las campañas de Metro	Servicio profesional de central de medios de publicidad para la difusión de las campañas de Metro
EMPRESA ADJUDICATARIA	MEC PUBLICIDAD IBERIA	IRISMEDIA	IRISMEDIA	IRISMEDIA	**
FECHA INICIO y FIN CONTRATO	Del 17/10/2016 al 31/12/2016	Del 01/08/2017 al 31/12/2017	Del 25/06/2018 al 24/01/2019	Del 14/02/19 al 13/02/2020	**
VIGENCIA	2,5 meses	5 meses	1 año	1 año	1 año
LOTES	No	No	No	No	SI
IMPORTE LICITACIÓN	900.000 €	1.580.000 €	1.950.000 €	1.700.000 €	1.600.000 €
IMPORTE ADJUDICACIÓN	900.000 €	1.580.000 €	1.950.000 €	1.700.000 €	**
INCREMENTO SOBRE ANTERIOR ADJUDICACIÓN	-77,50%	-75,55%	23,42%	-12,82%	-5,88%

Memoria Justificativa y Solicitud de Contratación

CECO	1104		
CUENTA	627202		