



## Memoria Justificativa y Solicitud de Contratación

**OBJETO A CONTRATAR: CESIÓN TEMPORAL DE USO  
DE ESPACIOS PARA LA EXPLOTACIÓN DE LA  
ACTIVIDAD PUBLICITARIA EN LA RED DE METRO DE  
MADRID**

**NÚMERO DE LA S.C: 396**

**Dirección  
/Gerencia:**

Cliente, Marca y Medios

**Área:** Área de Marca

**División:**

Metro de Madrid, S.A. **Servicio:** Servicio de Marketing

**Aprobado por:** Sonia Casado



## **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 cesión temporal de uso de espacios para la instalación y explotación de soportes de publicidad estática y digital, y publicidad espectacular en las estaciones de la Red de Metro de Madrid.

## **2 DATOS DE LA LICITACIÓN**

- **Objeto**

Contratación consistente en la cesión temporal de uso de espacios para la instalación y explotación de soportes de publicidad estática y digital y publicidad espectacular en las estaciones de la red de ferrocarril metropolitano madrileño.

- **Servicio responsable de la ejecución del contrato**

Servicio de Marketing

- **Precio del contrato**

- a) Presupuesto mínimo de licitación: 45.000.000 € IVA no incluido.
- b) Valor estimado: 54.000.000 € IVA no incluido.

- **Régimen de la publicidad**

La licitación se publicará únicamente en el Portal de Contratación Pública de la Comunidad de Madrid, ya que debido a las características de este concurso se considera que todos los posibles licitadores están informados a través de esta vía. Este es el canal habitual de información de las licitaciones de Metro de Madrid.

▪ **Método de cálculo aplicado para determinar el precio del contrato**

Para definir el precio del contrato se han tenido en cuentas las siguientes consideraciones:

- Se ha realizado una investigación de mercado con las diferentes empresas del sector y se han analizado contratos anteriores de Metro de Madrid con este mismo objeto para conocer la previsión de facturación con las condiciones de este contrato. Tras este estudio se concluye una previsión anual de ventas de 6.500.000 € IVA no incluido. Se considera razonable un canon fijo del 65% sobre dichas ventas, ya que el 35% restante es un importe suficiente para cubrir un margen óptimo para el cesionario. La cifra resultante del  $65\% \times 6.500.000 \text{ €}$  es de 4.225.000 €, y se redondea al alza a 4.500.000 €, IVA no incluido, por la esperable mejoría de la situación económica.
- Se trata de un contrato con una duración de diez años, con posibilidad de 2 prórrogas anuales, donde el adjudicatario podrá planificar sus inversiones para conseguir un espacio publicitario atractivo para clientes y anunciantes.
- Se estima incrementar los ingresos a través del canon variable.

▪ **Presupuesto base del concurso**

- Base imponible (BI): 45.000.000 euros
- Importe del I.V.A.: 9.450.000 euros
- Presupuesto base del concurso: 54.450.000 euros, IVA incluido

▪ **Garantía definitiva**

Se establece una garantía del 5% del importe de adjudicación, ya que la cuantía resultante cubriría los supuestos establecidos en el apartado 12.1 del PCP.

▪ **Solvencia económica y financiera**

Se considera necesario un volumen anual de negocios igual o superior a 4.500.000 € (sin IVA) equivalente al importe mínimo de esta licitación al tratarse de una cesión de larga duración y gran cantidad de soportes publicitarios a explotar.

▪ **Modificación del contrato**

☒ No procede

☐ Procede

▪ **División en lotes:**

☐ Sí se divide en lotes

☒ NO se divide en lotes

**Justificar los motivos** de la no división en lotes: La división en lotes supondría que la cesión de cada espacio tendría menor valor comercial, ya que el objetivo de ampliar el número de espacios es aumentar la cobertura para que la publicidad llegue a un mayor número de clientes.

▪ **Duración del contrato**

Plazo de duración/ejecución inicial del contrato: 10 años, no comenzando antes del 30 de marzo de 2023.

- Prórrogas:

☐ NO

☒ Sí. Posibilidad de dos prórrogas anuales.

Al tratarse de un contrato que requiere de importantes inversiones en soportes publicitarios, se considera que un plazo de 10 años es suficiente para poder amortizar dichas inversiones. Este plazo es coherente con la vida útil de dichos soportes, ya que su obsolescencia está en este plazo.

▪ **Clasificación del contrato**

Negocios sobre bienes y derechos de Metro de Madrid, S.A.

▪ **Naturaleza del contrato**

☒ Explotación de bienes y derechos titularidad de Metro de Madrid, S.A.

**Justificar la innecesariedad del uso directo de los bienes:** La cesión de uso de espacios para la instalación y explotación de soportes de publicidad estática y digital y publicidad espectacular en las estaciones de la Red de Metro de Madrid, es compatible con el servicio de transportes de Metro de Madrid, S.A. ya que no perjudican el normal desarrollo del servicio debido a su ubicación en las estaciones.

Publicidad estática y digital: soportes publicitarios instalados, principalmente, sobre los paneles de vitrex o marmolina en vestíbulos, pasillos y andenes de las diferentes estaciones de la Red. En ciertos casos, se encuentran situados en zonas de paso sobre bases que no impiden el tránsito de viajeros.

Publicidad espectacular: La publicidad espectacular se exhibe, principalmente mediante vinilos, en vestíbulos, pasillos, paredes, bóvedas, templete, ventanas de trenes, suelos, cuyo uso no es específico para la actividad de Metro.

Estos espacios no son utilizados por Metro de Madrid para realizar comunicaciones de servicio. Para este tipo de mensaje se utilizan otros soportes como megafonía y teleindicadores, así como plafones informativos de andenes que no están dentro del objeto de este contrato.

▪ **Procedimiento de licitación**

Procedimiento Abierto

▪ **Criterio de adjudicación**

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

- Criterios cualitativos evaluables mediante juicios de valor: 20 puntos
  - 1) ESTRATEGIA COMERCIAL (5 PUNTOS)
  - 2) PLAN DE MARKETING (5 PUNTOS)
  - 3) PLAN DE GESTIÓN Y MANTENIMIENTO (5 PUNTOS)
  - 4) PLAN DE INVERSIÓN (5 PUNTOS)

La inclusión de estos criterios cualitativos se justifican para lograr maximizar las ventas por parte del cesionario y, por tanto, los ingresos para Metro de Madrid. Una mejor estrategia comercial, plan de Marketing, plan de gestión y mantenimiento y plan de inversión redundarán en un mayor beneficio para Metro de Madrid a través del canon variable. Cuanto más valoración obtengan estos criterios mejor será la percepción de imagen de marca para los anunciantes.

- Criterios cualitativos evaluables mediante fórmulas: 10 puntos
  - Instalación de 21 a 25 soportes digitales nuevos: 2 puntos
  - Instalación de 26 a 30 soportes digitales nuevos: 4 puntos
  - Instalación de 31 a 35 soportes digitales nuevos: 6 puntos
  - Instalación de 36 a 40 soportes digitales nuevos: 8 puntos
  - Instalación de más de 40 soportes digitales nuevos: 10 puntos

#### **Justificación de la no existencia de umbral de suficiencia técnica:**

No se exige umbral de suficiencia técnica debido a que los requerimientos mínimos que deben cumplir ofertas y concursantes se exigen como obligatorios en el PPT y en los requisitos de solvencia técnica y económica.

- Criterios económicos: Precio: 70 %
  - ¿Se aplicarán fórmulas de valoración de los criterios económicos? Sí, se otorgará la máxima puntuación a la oferta económica que presente un precio más alto. El resto de ofertas se valorarán de forma proporcional mediante la siguiente fórmula lineal:

$$\text{Punt. Econ} = B_i \times (P_{\text{max}}) / B_{\text{best}}$$

- Punt. Econ = Puntuación económica de la oferta objeto de la valoración
- $B_i$  = Oferta económica objeto de la valoración
- $B_{\text{best}}$  = Mejor oferta económica
- $P_{\text{max}}$  = puntuación máxima (70 puntos)

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

#### ▪ **Contratación de terceros**

☐ No procede

☒ Procede

Indicar las tareas críticas que no podrán ser objeto de subcontratación: No hay tareas críticas.

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

☒ NO

☐ SI

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

☒ NO

☐ SI

▪ **Cesión de datos**

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

☒ NO

☐ SI



### 3 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

El actual contrato de cesión de uso de espacios para la instalación y explotación de soportes de publicidad estática y digital y publicidad espectacular en las estaciones de la Red de Metro de Madrid finaliza el próximo 28 de marzo de 2023. Se propone el lanzamiento de una nueva licitación con el objetivo de continuar generando ingresos para la compañía.

El actual contrato no se tiene en cuenta a nivel comparativo ya que se trata de un contrato con una duración de dos años adjudicado en plena crisis sanitaria del Covid-19, que ha supuesto unas ventas netas de publicidad a la baja.

Metro de Madrid ha realizado un análisis en profundidad para reformular los soportes publicitarios de toda la red. Se trata de lograr un espacio publicitario acorde con las nuevas tendencias tecnológicas del sector que resulte atractivo, tanto para clientes como para anunciantes. Este nuevo planteamiento pretende incrementar los ingresos para la compañía además de resultar atractivo para los licitadores.

### 4 INFORMACIÓN PRESUPUESTARIA

AÑO	2023	2024	2025	2026	2027
IMPORTE	3.375.000,00 €	4.500.000,00 €	4.500.000,00 €	4.500.000,00 €	4.500.000,00 €
CECO	1105	1105	1105	1105	1105
CUENTA	752101	752101	752101	752101	752101

AÑO	2028	2029	2030	2031	2032	2033
IMPORTE	4.500.000,00 €	4.500.000,00 €	4.500.000,00 €	4.500.000,00 €	4.500.000,00 €	1.125.000,00 €
CECO	1105	1105	1105	1105	1105	1105
CUENTA	752101	752101	752101	752101	752101	752101

Se estima que el contrato comience el 30 de marzo de 2023.

*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.*