

MEMORIA ECONOMICA RELATIVA A LA LICITACION DEL CONTRATO DENOMINADO: “DEFINICIÓN, CREACIÓN, DESARROLLO Y LANZAMIENTO DE LA NUEVA MARCA DEL CONSORCIO REGIONAL DE TRANSPORTES DE MADRID (CRTM) A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO ABIERTO CON PLURALIDAD DE CRITERIOS”.

## 1.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN

Para la estimación del Presupuesto base de licitación del contrato propuesto, dado que se trata de un servicio de asesoría técnica especializada, se ha elaborado según los costes del equipo técnico mínimo imprescindible para el desarrollo correcto de la actividad que constituye el objeto del contrato y teniendo en cuenta que su plazo de ejecución es de 35 semanas.

El valor estimado del contrato, se ha calculado teniendo en cuenta el artículo 101 de la LCSP; el método de cálculo se ha basado en los costes derivados de la aplicación de la normativa laboral vigente, la estimación de los medios personales necesarios y los precios de mercado en contratos similares de otras administraciones públicas y organismos públicos, otros costes que se deriven de la ejecución material de los servicios, los gastos generales de estructura y el beneficio industrial.

Para la estimación de los importes establecidos se ha realizado un estudio basado en los siguientes elementos:

- Medios personales y materiales mínimos necesarios para la realización de los trabajos descritos en el Pliego. Estos medios se encuentran detallados en el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares.
- Estimación de la dedicación necesaria de cada uno de los medios personales durante el desarrollo del contrato, en base a la experiencia en trabajos realizados por el CRTM con medios propios y en otros contratos, y el tipo de actividades en las que consiste el objeto del contrato. La determinación del plazo total de ejecución del contrato como uno de los elementos susceptibles de ser ofertados por los licitadores optando a una puntuación determinada en la oferta técnica, no afecta a la valoración económica efectuada, pues en todo caso el número de horas considerado en total no varía, si no que los licitadores podrán actuar sobre el mismo ofreciendo una reducción del plazo de ejecución del servicio pero que no podrá afectar a su calidad, lo que se traducirá en un esquema de trabajo que deberá solapar determinadas actuaciones, en su caso, si se pretende una reducción del tiempo de trabajo global.
- Los precios aplicados se han obtenido de:
  - o Convenio colectivo: Convenio colectivo de publicidad entendiendo como tal la forma de comunicación de un producto o marca en el mercado. A día de hoy los posibles intervinientes en el proyecto van a provenir del sector del diseño gráfico pero en la rama

de diseño gráfico comercial, de imagen corporativa y marca, por lo que se considera que atendiendo al ámbito funcional debe calcularse el presupuesto aplicando el Convenio Colectivo de Publicidad, registrado y publicado por Resolución de la Dirección General de Empleo de fecha 3 de febrero de 2016( BOE núm. 35, de 10 de febrero de 2016), siendo registradas y publicadas la revisión de las tablas salariales para el ejercicio 2020 por Resolución de la Dirección General de Trabajo de 26 de octubre de 2020 (BOE núm. 391 , de 4 de noviembre de 2020). (Tablas salariales actualizadas tal y como consta en la Resolución de 2 de agosto de 2022, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acta sobre revisión y tablas salariales para los años 2022 a 2025 del Convenio colectivo estatal para las empresas de publicidad –BOE de 11 de agosto de 2022-).

- Otras licitaciones de objeto análogo: El antecedente más próximo en la Comunidad de Madrid se encuentra en el contrato denominado “Creación, diseño e implantación de la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid”, cuya convocatoria se publicó en el BOCM de 12 de junio de 2014, con un período de ejecución contractual muy breve (quince días) y con un presupuesto de 195.000 euros (IVA no incluido).

Esta licitación, junto con otras como por ejemplo:

- Servicio de desarrollo de un nuevo branding para Ifema, con un presupuesto de 280.000 €.
- Asistencia técnica para la gestión de la imagen corporativa de la autoridad portuaria de Gijón, con un presupuesto de 105.000 €.

evidencian un más que notable alejamiento entre las cuantías previstas en el convenio colectivo antes mencionado y aplicable a los profesionales del sector de la publicidad en relación a los trabajos concretos y especializados que se solicitan este sector público.

Y es que, para el desarrollo de este tipo de trabajos se están exigiendo no solamente unos profesionales del sector de la publicidad, sino unos perfiles claramente definidos con una solvencia marcadamente contrastada y con una experiencia en el desarrollo de tareas similares muy exigente.

Así, el equipo de trabajo exigido para el presente contrato está compuesto por al menos:

- **1 Jefe/a de proyecto**, con la titulación mínima de máster/posgrado con conocimientos y experiencia en posicionamiento de estrategia de marca corporativa y comunicación (interna y externa).
- **1 Director/a de Estrategia de marca** con conocimientos y experiencia en este tipo de trabajos.
- **1 Director/a creativo/a** con conocimientos y experiencia en identidad visual y verbal de marca.

- **1 Consultor/a** sénior con la titulación mínima de un máster/posgrado, con conocimientos y experiencia en posicionamiento y estrategia de marca corporativa y comunicación (interna y externa).
- **1 Director/a de arte** con conocimientos y experiencia en identidad visual y verbal de marca.
- **1 Copy creativo/a** o “redactor” con conocimientos y experiencia en identidad visual y verbal de marca.

Además de contar con este tipo mínimo, se exige una determinada experiencia profesional para los perfiles que se han considerado fundamentales:

- 1 Director/a de Estrategia de marca con experiencia en posicionamiento de estrategia de marca corporativa y comunicación (interna y externa) de al menos 10 años.
- 1 Director/a creativo/a con experiencia en identidad visual y verbal de marca de al menos 10 años.
- 1 Consultor/a sénior, con experiencia en posicionamiento y estrategia de marca corporativa y comunicación (interna y externa) de al menos 6 años.

Por ello, desde el Consorcio Regional de Transporte de Madrid, persiguiendo el objetivo de calidad en la contratación pública, y teniendo en cuenta sobre todo el precio de referencia de otras licitaciones mencionado anteriormente, se han escogido los precios que se presentan a continuación para la elaboración del presupuesto del presente contrato, de forma que se garantice la adecuación al mercado del mismo y permita la concurrencia de las empresas en las que no concurra la circunstancia expuesta de precariedad laboral y que cuenten con mayor personal de amplia experiencia. La siguiente tabla identifica cada perfil profesional, el número de horas de prestación en cada una de las actividades descritas en el Pliego de Prescripciones Técnicas y el subsiguiente importe total:

Perfil	Análisis		Concepto y arquitectura		Identidad verbal		Identidad visual		Aplicaciones y BrandBook		Lanzamiento	
	Jornadas	Importe	Jornadas	Importe	Jornadas	Importe	Jornadas	Importe	Jornadas	Importe	Jornadas	Importe
Dirección General y Proyecto	4	2600	4	2600	4	2600	4	2600	4	2600	6	3900
Dirección Estrategia de Marca	12	7200	16	9600	4	2400	4	2400	0	0	4	2400
Dirección Creativa	2	1000	4	2000	4	2000	16	8000	20	10000	10	5000
Jefe de Proyecto	4	1400	4	1400	2	700	4	1400	24	8400	20	7000
Director Arte Senior	0	0	0	0	0	0	8	2800	24	8400	16	5600
Copy creativo o Redactor	0	0	6	1500	10	2500	0	0	4	1000	10	2500
Consultor senior	4	1000	4	1000	0	0	4	1000	4	1000	8	2000
	4 semanas		4 semanas		4 semanas		4 semanas		9 semanas		10 semanas	
TOTAL		119500										
Gastos		0,12	14340									
Beneficio		0,07	8365									
TOTAL		142205										
IVA		0,21	29863,05									
TOTAL		172068,05										

Se considera que este planteamiento es congruente con la normativa europea y su trasposición al ordenamiento jurídico español, en la que, entre otros extremos, se establece cuanto sigue.

En la normativa europea, el fin fundamental que se propone la DIRECTIVA 2014/24/UE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 26 de febrero de 2014 sobre contratación pública, es el uso más eficiente de los fondos públicos (considerando n. 2), siendo uno de sus objetivos una mayor orientación hacia la calidad de la contratación pública (considerando n. 90). La contratación pública desempeña un papel clave en la Estrategia Europa 2020 (considerando 2), establecida en la Comunicación de la Comisión de 3 de marzo de 2010 titulada «Europa 2020, una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador» («Estrategia Europa 2020»), como uno de los instrumentos basados en el mercado que deben utilizarse para conseguir un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, garantizando al mismo tiempo un uso más eficiente de los fondos públicos.

Se reconoce la especificidad de determinados contratos de servicios (considerando 43) que exijan un esfuerzo de adaptación o de diseño. Este esfuerzo de adaptación o de diseño resulta especialmente necesario en los casos de adquisiciones complejas, por ejemplo, cuando se trata de productos sofisticados, servicios intelectuales (como se trata en el presente expediente), como son los servicios de consultoría, de arquitectura o de ingeniería, o grandes proyectos relacionados con las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC).

Para fomentar una mayor orientación hacia la calidad de la contratación pública (considerando 90), se debe alentar a los poderes adjudicadores a elegir los criterios de adjudicación que les permitan obtener obras, suministros y servicios de gran calidad que respondan lo mejor posible a sus necesidades (considerando 92).

El rechazo de las ofertas anormalmente bajas, por otra parte, debe ser obligatorio en los casos en que el poder adjudicador haya comprobado que el precio y los costes anormalmente bajos propuestos resultan del incumplimiento del Derecho imperativo de la Unión o del Derecho nacional compatible con este en materia social, laboral o medioambiental o de disposiciones del Derecho laboral internacional (considerando 103).

En la normativa española, la contratación pública se rige por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante LCSP), por la que se transponen 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. En la misma, ya en su Exposición de Motivos, se reconocen los servicios de ingeniería y arquitectura como prestaciones de carácter intelectual, especialmente aptos para las asociaciones para la innovación. Y a ello dedica la Disposición adicional cuadragésima primera (Normas específicas de contratación pública de servicios de arquitectura, ingeniería, consultoría y urbanismo), en la que se reconoce la naturaleza de prestaciones de carácter intelectual a los servicios de arquitectura, ingeniería, consultoría y urbanismo, con los efectos que se derivan de las previsiones contenidas en la Ley.

Estas previsiones, entre otras, son las siguientes:

- No podrán emplearse las subastas electrónicas cuando las prestaciones que constituyen el objeto del contrato tengan carácter intelectual, como los servicios de ingeniería, consultoría y arquitectura (art. 143.2)
- En la adjudicación de los contratos, que se realizará en base a la mejor relación calidad-precio, procederá la aplicación de más de un criterio de adjudicación en los contratos de servicios, especificándose taxativamente que en los contratos que tengan por objeto prestaciones de carácter intelectual el precio no podrá ser el único factor determinante de la adjudicación (art.145.3).
- Los órganos de contratación velarán por que se establezcan criterios de adjudicación que permitan obtener obras, suministros y servicios de gran calidad que respondan lo mejor posible a sus necesidades; y, en especial, en los procedimientos de contratos de servicios que tengan por objeto prestaciones de carácter intelectual. (art. 143.4)
- Dado que estos servicios se desarrollan en base sobre todo a medios personales, la Ley introduce una serie de cuestiones generales que inciden de modo muy importante en los contratos de servicios intelectuales, ya que previenen frente al incumplimiento de la legislación laboral y social, para evitar la competencia desleal, asegurando que en la competencia en precios se respetan determinados límites y no se traspasan fronteras indeseables:
- Los órganos de contratación tomarán las medidas pertinentes para garantizar que en la ejecución de los contratos los contratistas cumplen las obligaciones aplicables en materia medioambiental, social o laboral establecidas en el derecho de la Unión Europea, el derecho nacional, los convenios colectivos o por las disposiciones de derecho internacional (art. 201).
- En todo caso (art. 149), los órganos de contratación rechazarán las ofertas si comprueban que son anormalmente bajas porque vulneran la normativa sobre subcontratación o no cumplen las obligaciones aplicables en materia medioambiental, social o laboral, nacional o internacional, incluyendo el incumplimiento de los convenios colectivos sectoriales vigentes, en aplicación de lo establecido en el artículo 201.

El primer paso en la contratación de servicios lo constituye, una vez justificada su necesidad, la redacción de las prescripciones técnicas a las que habrán de sujetarse dichos servicios.

De acuerdo con lo establecido en la LCSP, el órgano de contratación aprobará con anterioridad a la autorización del gasto o conjuntamente con ella, y siempre antes de la licitación del contrato, o de no existir esta, antes de su adjudicación, los pliegos y documentos que contengan las prescripciones técnicas particulares que hayan de regir la realización de la prestación y definan sus calidades, sus condiciones sociales y ambientales (art. 124).

Los servicios técnicos del CRTM marcan en cada caso las características técnicas y requisitos de calidad que han de reunir las prestaciones de los servicios intelectuales que se han de contratar.

Igualmente, en cada caso estiman adecuadamente los tiempos que se deben dedicar a cada tarea o actividad en la que se descompone el servicio concreto a contratar, y las dedicaciones de personal que se deben aplicar a cada una de ellas, especificando la cualificación del personal técnico que debe desarrollarlas y su nivel de experiencia o especialidad, en función de su complejidad, especificidad o dificultad.

### 1.1. Costes del Equipo técnico

El equipo se forma por los siguientes perfiles cuya dedicación no variará a lo largo del desarrollo del contrato:

- 1 Jefe/a de proyecto, con la titulación mínima de máster/posgrado con conocimientos y experiencia en posicionamiento de estrategia de marca corporativa y comunicación (interna y externa). Es el responsable del contacto con CRTM y de dirigir el trabajo dentro de la empresa, asignando tareas y coordinando las diferentes actividades.
- 1 Director/a de Estrategia de marca con conocimientos y experiencia en este tipo de trabajos. Es el responsable de las actividades de definición estratégica en las diferentes fases. Deberá definir los valores/significados o fortalezas que deseamos que el público/usuarios/viajeros identifiquen como propios del Consorcio de Transportes y que estos valores marquen una estrategia a largo plazo
- 1 Director/a creativo/a con conocimientos y experiencia en identidad visual y verbal de marca. Es el responsable del desarrollo de los trabajos de creatividad, liderando el equipo de trabajo creativo, y encargado de la conceptualización y validación de la fase de creación. Plasma y desarrolla de manera gráfica los valores definidos por el director de estrategia.
- 1 Consultor/a sénior con la titulación mínima de un máster/posgrado, con conocimientos y experiencia en posicionamiento y estrategia de marca corporativa y comunicación (interna y externa). Es el responsable de los procesos de análisis e investigación, asegurando la correcta obtención de información y su posterior uso en las fases de definición estratégica y creatividad.
- 1 Director/a de arte con conocimientos y experiencia en identidad visual y verbal de marca. Forma parte del equipo creativo y responsable de la creación y desarrollo de los conceptos gráficos/visuales de acuerdo a la estrategia planteada.

- 1 Copy creativo/a o “redactor” con conocimientos y experiencia en identidad visual y verbal de marca. Forma parte del equipo creativo y responsable de la generación de los conceptos verbales de acuerdo a la estrategia planteada. Se encarga de la conceptualización y generación de ideas, así como de la redacción de textos y eslóganes convincentes.

A estas figuras se ha añadido un concepto general de dirección general y proyecto, que abarca cuestiones de relaciones con el órgano de contratación y la unidad responsables más allá de la jefatura del mismo, así como los correspondientes a gastos generales, beneficio industrial e impuestos.

Como se ha mencionado y justificado anteriormente para el cálculo del precio-hora para cada uno de los perfiles profesionales se ha tomado como referencia los contratos con el objeto más similar que han sido promovidos por el sector público.

## 1.2. Presupuesto Base de Licitación

Asciende el Presupuesto base de licitación a la cantidad de **142.205 €**).

En los precios que han servido de base para la determinación del citado Presupuesto se incluyen los costes directos, los costes indirectos/ gastos generales (12 % de los costes directos) y el beneficio empresarial (7 % de los costes directos)

- Costes directos:
    - o Equipo técnico: 119.500 €
  - Costes indirectos/ Gastos generales (12%) 14340 €
  - Beneficio empresarial (7%) 8365 €
- Total            142.205 €    (sin IVA)**

## 1.3. Aplicación presupuestaria y distribución de anualidades

Debido a que el plazo de ejecución del contrato es de 35 semanas, éste contrato no tiene carácter de plurianual.

En consecuencia, la distribución de anualidades, de acuerdo con los criterios establecidos por la Instrucción de la Intervención General de 30 de octubre de 2019 sobre imputación de gastos resulta ser la siguiente:

Anualidad	PARTIDA PRESUPUESTARIA
	22801
2023	142.205 €

Madrid, a fecha de la firma

EL SECRETARIO GENERAL

Firmado digitalmente por: BODEGA HERRAEZ PABLO  
Fecha: 2023.02.21 16:51

Pablo Bodega Herráez