



Memoria Justificativa y Solicitud de Contratación para contratos de la LCSP

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

NÚMERO DE LA S.C:

**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 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: 150.000,00 euros (IVA no incluido)

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

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

▪ Presupuesto base de Licitación (artículo 100 LCSP)

- Base imponible (BI): 150.000,00 €
- Importe del I.V.A.: 31.500,00 €
- Presupuesto base de licitación (PBL): 181.500,00 €

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

Costes Directos (98% del PE)	127.826,08 €
Costes Indirectos (2% del PE)	2.607,70 €
Presupuesto de Ejecución (PE): Costes Directos + Costes Indirectos	130.434,78 €
Gastos Generales (9% PE)	11.739,13 €
Beneficio Industrial (6% PE)	7.826,09 €
Base imponible	150.000,00 €
Presupuesto Base de Licitación (Base imponible + IVA)	181.500,00 €

▪ **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 dificultará 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. 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 puntos
- o Criterios económicos: 49 puntos

• Criterios cualitativos:

- Estrategia y diseño de la campaña: 20 puntos
- Originalidad, impacto, notoriedad y expresión creativa: 18 puntos
- Integración del mensaje en todos los soportes: 13 puntos

¿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 una puntuación económica de 0,00 puntos a las ofertas iguales al Presupuesto Base de licitación.

Para el resto de casos se puntuará conforme a la siguiente fórmula:

$$C_i = C_{\max} [1 - ((B_{\max} - B_i)/B_{\max})^{5/2}]$$

C_i = puntuación obtenida por el licitador i

$C_{\max} = 70$ puntos

B_i = baja ofertada por el licitante i (%)

B_{\max} = Máxima baja ofertada admitida (%)

Para el cálculo de las bajas ofertadas por los licitadores se aplicará la siguiente fórmula:

$$B_i = [1 - (Of_i/PBL)] * 100$$

B_i = Baja (%) de la oferta económica " i "

Of_i = Oferta económica " i "

PBL = Presupuesto Base de Licitación

▪ **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

▪ **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.

Este tipo de campañas son necesarias para fomentar el uso de Metro e incrementar la demanda a la vez que son una herramienta importante para generar imagen de Marca.

4 ANTECEDENTES

	CONTRATACIONES ANTERIORES				CONTRATACIÓN ACTUAL
Nº contrato	7217000505	7218000556	7220000901	7222000355
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	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	18 meses
PRÓRROGAS PREVISTAS	No	No	No	No	No
MODIFICADOS PREVISTOS	No	No	No	No	No
LOTES	No	Sí	No	No	No
PRESUPUESTO BASE LICITACIÓN (SIN IVA)	200.000 €	210.000 €	150.000 €	145.000 €	150.000 €
VALOR ESTIMADO	200.000 €	210.000 €	150.000 €	145.000 €	150.000 €

El anterior contrato similar se licitó por un importe de 145.000 €, aunque finalmente se adjudicó por 143.543,98 €. El presupuesto de licitación de este contrato es de 150.000,00 €, lo que supone un incremento del 3,45% sobre el presupuesto de licitación del anterior contrato.

5 INFORMACIÓN PRESUPUESTARIA

PRESUPUESTO DE GASTO

AÑO	2024
IMPORTE PERMITIDO	150.000 €		
CECO	1104		
CUENTA	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.

