



Memoria Justificativa y Solicitud de Contratación

**OBJETO A CONTRATAR: ACUERDO MARCO PARA LA
DEFINICIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN Y CATÁLOGO DE
PRODUCTOS PARA LA TIENDA DE METRO DE MADRID, ASÍ
COMO SU POSTERIOR SUMINISTRO**

NÚMERO DE LA S.C: 1000100085

**Dirección/
Subdirección:**

Cliente, Marca y Medios

Metro de Madrid, S.A.

Área:

Marca

División:

Servicio: Marketing

Aprobado por: Miguel Oliver

Firmado por ***5845**
MIGUEL FRANCISCO OLIVER
(C:****0135*) Fecha:
26/04/2024 09:36:04

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 un Acuerdo Marco para la definición de un plan de acción y catálogo de productos para La Tienda de Metro de Madrid y su posterior suministro.

2 DATOS DE LA LICITACIÓN

- **Objeto**

Acuerdo Marco para la definición de un plan de acción y catálogo de productos para La Tienda de Metro de Madrid y su posterior suministro.

- **Estamento responsable de la ejecución del acuerdo marco**

Servicio de Marketing

- **Valor estimado del acuerdo marco (artículo 101 LCSP)**

Valor estimado: 1.300.000,00 euros (IVA no incluido) (para los 4 años de vigencia del Acuerdo Marco)

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

☒ En función de los precios de mercado sin incluir el IVA, teniendo en cuenta las posibles prórrogas (2 prórrogas de 1 año cada una).

- **Presupuesto base de Licitación (artículo 100 LCSP)**

No procede la cumplimentación de este apartado para los Acuerdos Marco. La determinación del presupuesto base de licitación se realizará para cada una de las contrataciones basadas en el Acuerdo Marco.

▪ **Modificación del acuerdo marco (artículo 204 LCSP)**

☒ No procede

No procede la modificación del Acuerdo Marco ni de los contratos basados.

▪ **División en lotes:**

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

- **Justificar los motivos** de la no división en lotes: Todos los trabajos contemplados han de ser ejecutados bajo la responsabilidad y planificación de un único contratista. La realización independiente de las diversas prestaciones objeto del contrato pondría en riesgo la correcta ejecución desde el punto de vista técnico, pudiéndose ver imposibilitada la coordinación en la ejecución de los diferentes trabajos.

▪ **Duración del acuerdo marco**

- Plazo de duración/ejecución inicial del acuerdo marco: 2 años
- Hito a partir del cual comienza la duración/ejecución del acuerdo marco:
 - ☒ A partir del día siguiente a la formalización del acuerdo marco
- Prórrogas:
 - ☒ SI. Posibilidad de 2 (dos) prórrogas anuales

▪ **Clasificación del acuerdo marco**

Sujeto a LCSP (Ley 9/2017)

▪ **Naturaleza del acuerdo marco**

- ☒ Mixto (Suministros y servicios, siendo la prestación principal el suministro). En este acuerdo marco se contempla unos beneficios para Metro de Madrid conforme al apartado 3.c del Pliego de Prescripciones Técnicas.

- Justificar la determinación de la prestación principal:

☒ Suministro: el suministro tiene un importe superior al servicio.

Prestación		(Servicio + Suministro)
Servicio	Suministro	
150.000,00 €	500.000,00 €	650.000,00 €

- **Justificar los motivos** por los que las diferentes prestaciones que se fusionan en el contrato mixto se encuentran directamente vinculadas entre sí y mantienen relaciones de complementariedad que exijan su consideración y tratamiento como una unidad funcional dirigida a la satisfacción de una determinada necesidad o a la consecución de un fin institucional propio de Metro de Madrid: La realización independiente de las diversas prestaciones objeto del contrato pondría en riesgo la correcta ejecución desde el punto de vista técnico, pudiéndose ver imposibilitada la coordinación en la ejecución de los diferentes trabajos.

▪ **Limitación en el número de adjudicatarios del acuerdo marco:**

Este Acuerdo Marco se adjudicará a una única empresa. Es la única forma de asegurar que el diseño del catálogo de productos es ejecutable. En caso de que fueran empresas diferentes, se podría dar el caso de se realizara un catálogo que finalmente no se pudiera ejecutar técnica o económicamente.

▪ **Procedimiento de licitación**

☒ Procedimiento Abierto

- **Justificación del procedimiento:**
- Con el fin de asegurar los principios de igualdad, transparencia y libre competencia, se propone la contratación mediante procedimiento abierto.

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

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

- Ponderación criterios de adjudicación del acuerdo marco:
 - o Criterios cualitativos: 50 puntos
 - o Criterios económicos: 50 puntos

La puntuación de los criterios cualitativos debe ser de un 50% debido a la importancia de esta fase del trabajo. Sin una definición correcta del catálogo, nunca podremos tener una producción con la calidad esperada.

- Criterios cualitativos: 50 puntos
 - Criterios cualitativos evaluables mediante juicios de valor: 30 puntos
 - Propuesta de organización del trabajo: 30 puntos
 - Criterios cualitativos evaluables mediante fórmulas: 20 puntos
 - Experiencia del equipo de trabajo: 15 puntos
 - Reducción del plazo de entrega de los productos de stock: 5 puntos

¿Se aplicarán fórmulas de valoración de los criterios cualitativos? Sí
¿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: Los criterios cualitativos utilizados para valorar la calidad de lo ofertado requieren de un análisis complejo que no se puede realizar utilizando fórmulas automáticas.

- Criterios económicos:

☒ Precio, 50 puntos

- ¿Se aplicarán fórmulas de valoración de los criterios económicos? Sí.

El importe ofertado incluye todos los servicios de definición de estrategia, diseño y elaboración del catálogo de productos, asesoramiento sobre productos y servicio productos de impresión a demanda.

La máxima puntuación por este concepto serán 50 puntos.

Se otorgará una puntuación económica de 0,00 puntos a las ofertas iguales a 150.000,00 € (Precio máximo del “precio ofertado para el servicio”)

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} = 50 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:

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

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

Of_i = Oferta económica "i"

PMO = Precio máximo del "precio ofertado para el servicio"
(150.000,00 €)

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

☒ Procede para los contratos basados del acuerdo marco.

- Indicar las tareas críticas que no podrán ser objeto de subcontratación: En el caso del primer contrato basado del acuerdo marco (servicios objeto del alcance del acuerdo marco).

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

☒ NO

▪ **Fondos FEDER**

☒ Acuerdo Marco no financiable con fondos FEDER

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

☒ NO

▪ **Cesión de datos**

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

☒ NO

▪ **¿Ha participado alguna empresa externa a Metro de Madrid en la elaboración del pliego de prescripciones técnicas?**

☒ NO

3 JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

Desde el área de Marca de Metro de Madrid se gestiona “La Tienda de Metro de Madrid”, formada en la actualidad por una plataforma de venta online (www.latiendademetrodemadrid.com) y por dos espacios físicos situados en las estaciones de Plaza de Castilla y Sol.

Esta tienda tiene sus orígenes en 1984, año en el que se abrió por primera vez en la mencionada estación de Sol.

La gestión del proceso se realiza desde Metro de Madrid, de forma interna y con el apoyo de diferentes áreas.

Se comercializan productos de merchandising relacionados con la marca Metro de Madrid.

El objetivo final es convertir “La Tienda de Metro de Madrid” en una herramienta de marketing encaminada a reforzar la percepción de la marca “Metro de Madrid” entre nuestros viajeros actuales y potenciales.

Reforzando los atributos básicos de Metro de Madrid (rapidez, innovación, modernidad, limpieza, sostenibilidad y accesibilidad), el objetivo es conseguir mejorar la percepción del servicio que prestamos y en consecuencia mejorar la imagen global de marca de Metro de Madrid.

Para poder seguir mejorando la esta herramienta de marketing y lograr incrementar con ingresos para la compañía, es necesario contratar los servicios de una agencia de branding especializada para realizar un plan de marketing, planificación y abastecimiento de la Tienda de Metro de Madrid.

4 ANTECEDENTES

No existe un contrato/acuerdo marco anterior de las mismas características que este, ya que actualmente solo se provisionaba la Tienda de Metro de Madrid con productos fabricados a través de un Acuerdo Marco de producción de merchandising, algo totalmente diferente al objeto de esta licitación.

5 INFORMACIÓN PRESUPUESTARIA

PRESUPUESTO DE GASTO

AÑO	2024/2025/2026	
IMPORTE PERMITIDO	650.000 €		
CECO	1104		
CUENTA	629006		

