



Área de Marca

Servicio de Marketing

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA
CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA PARA
LA ELABORACIÓN DE UNA GUÍA DE LICENCIA NACIONAL
E INTERNACIONAL DE LAS MARCAS PROPIEDAD DE
METRO DE MADRID Y LA GESTIÓN DE ACUERDOS DE
LICENCIAS**

Mayo de 2024

Contenido

1. OBJETO	1
2. ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL.....	2
3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA	3
4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE GESTIÓN DE ACUERDOS DE LICENCIA	4

1. OBJETO

La presente licitación tiene como objeto la contratación de un servicio de consultoría para la elaboración de una guía de licencia nacional e internacional de las marcas registradas propiedad de Metro de Madrid y la gestión de acuerdos de licencias.

Como resultado del servicio de consultoría quedarán definidas las bases para un posterior licenciamiento, producción y comercialización de productos oficiales de las marcas pertenecientes a Metro de Madrid a nivel nacional e internacional.

A grandes rasgos el servicio abarcará los siguientes puntos:

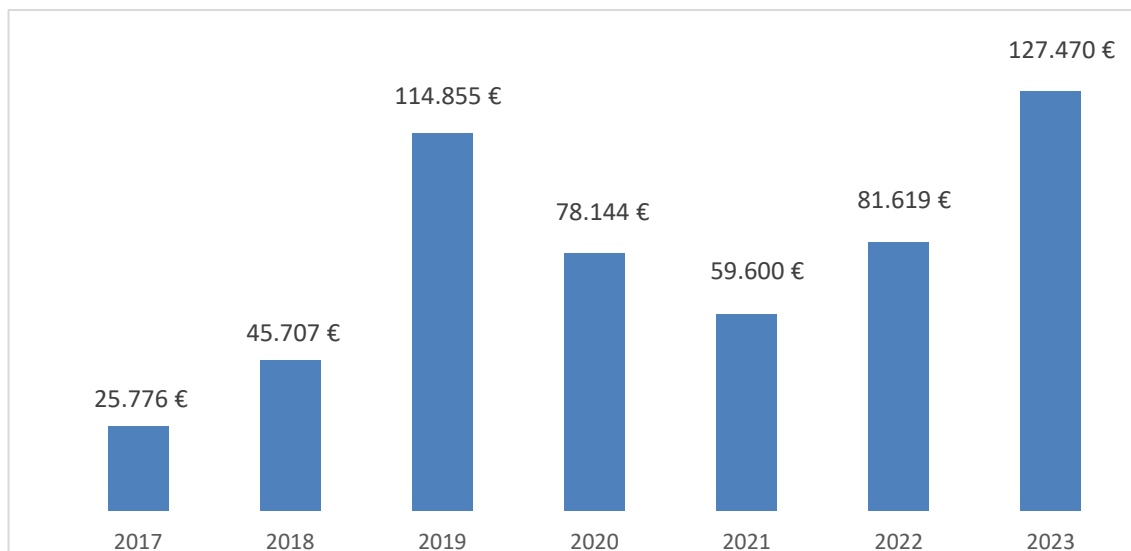
- Aspectos fundamentales de uso de las marcas propiedad de Metro de Madrid
- Guía visual y de coexistencia de marcas
- Estrategia de marca para nuestra compañía en lo referente al licenciamiento
- El licenciamiento, producción y comercialización de productos oficiales de las marcas registradas de Metro de Madrid

2. ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL

Desde Metro de Madrid se gestiona “La Tienda de Metro de Madrid”, en la que se comercializan productos oficiales relacionados con nuestra marca. Hasta la fecha los productos se han producido directamente por parte de Metro de Madrid, a partir de diversos contratos, y no existe una experiencia previa en procesos de licenciamiento de marca.

El volumen de ventas del año 2023 se situó en los 127.470 € antes de impuestos, tras una fuerte subida respecto al año anterior. Actualmente las ventas se realizan a través de la tienda online, y los espacios físicos situados en las estaciones de Sol y Plaza de Castilla.

El siguiente gráfico muestra la evolución de ventas en los últimos años (sin impuestos ni costes de transporte):



3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA

Como resultado de la consultoría el contratista deberá entregar una guía de licenciamiento en un plazo no superior a 90 días hábiles, y en el que se recogerán los aspectos fundamentales que servirán como guía a la hora de establecer los acuerdos de licenciamiento posteriores.

La guía deberá incluir, al menos:

- planteamiento estratégico del licenciamiento
- planteamiento estratégico para la selección de colaboraciones
- aspectos referentes a la guía de estilo, identidad gráfica y coexistencia con otras marcas
- posibles limitaciones de uso
- política de precios y posicionamiento de producto
- proceso de aprobación por parte de Metro de Madrid para acuerdos y productos
- condiciones de uso publicitario y promocional
- obligaciones del licenciataria para proteger y preservar la integridad de nuestras marcas.
- ámbito geográfico
- proceso de resolución de disputas.
- características genéricas de los productos a definirse en el marco de futuros acuerdos.

- plan de implantación de posteriores acuerdos

El trabajo de consultoría deberá considerar en todo momento el fin último, que es el de mejorar la percepción del servicio que prestamos y en consecuencia mejorar la imagen global de marca de Metro de Madrid. Se trata de obtener mayor visibilidad y presencia en entornos hasta ahora menos habituales para nuestra marca. Tendrá en cuenta los atributos básicos de Metro de Madrid (rapidez, innovación, modernidad, limpieza, sostenibilidad y accesibilidad).

Es importante también recordar el territorio emocional en el que se mueve la marca “Metro de Madrid”, por lo que será también objetivo de este trabajo reforzar la vinculación existente con la ciudad de Madrid, así como con su área metropolitana.

4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE GESTIÓN DE ACUERDOS DE LICENCIA

El contratista, una vez realizada la guía de licenciamiento definida anteriormente, será el encargado de realizar el licenciamiento de las marcas propiedad de Metro de Madrid durante un periodo de 3 años.

Se considera que el trabajo de consultoría y ejecución de la Guía de Licenciamiento, realizado previamente, es necesario para asegurar una correcta gestión de este licenciamiento, de cara a garantizar en todo momento un enfoque adecuado a nuestro posicionamiento de marca, realista y coherente con nuestra estrategia.

Bajo el contrato de licenciamiento el contratista realizará las siguientes tareas:

1. Gestión de acuerdos con marcas y fabricantes: Tendrá que alcanzar y gestionar acuerdos con marcas y fabricantes en función de lo establecido en la guía de licenciamiento. En concreto, y durante los 3 años de duración inicial del mismo, tendrá que alcanzar, al menos, los siguientes acuerdos:
 - 3 acuerdos de licencia durante el primer año
 - 6 acuerdos de licencia durante el segundo año
 - 10 acuerdos de licencia durante el tercer año

2. Durante el periodo de contrato de licenciamiento (3 años) el contratista podrá así mismo otorgar sublicencias previa aceptación expresa por parte de Metro de Madrid y siempre dentro de lo establecido en la Guía de Licenciamiento.
3. Supervisará o gestionará para los acuerdos alcanzados la producción y distribución de productos oficiales “Metro de Madrid”.

La producción podrá realizarse por medios propios o subcontratados.

Metro de Madrid se reserva la posibilidad de distribuir estos productos en La Tienda de Metro de Madrid, si bien seguirá encargando a otros proveedores la fabricación de productos para “La Tienda de Metro de Madrid”.

Otras consideraciones del contrato de licenciamiento:

1. El contratista no adquiere ningún derecho de propiedad sobre las marcas sujetas a este contrato, excepto los derechos de uso expresamente identificados en el marco de esta colaboración.
2. Metro de Madrid se reserva el derecho de alcanzar acuerdos de licenciamiento por su cuenta, sin la intermediación de la adjudicataria.
3. Todos los productos producidos en el marco de este contrato deben transmitir una imagen positiva y atractiva de Metro de Madrid. Para ello, los diseños deben ser únicos utilizando determinados elementos corporativos de la compañía.

Los materiales deberán cumplir los requisitos mínimos de resistencia, durabilidad y conservación adecuados para cumplir su misión. En cualquier caso, todos los productos deberán cumplir con la normativa aplicable para su venta.

Se prestará especial atención a que los marcapjes de los productos no se deterioren con el uso. Igualmente se garantizará la perfecta modalidad de la técnica que corresponda, dependiendo del material para que se mantenga en el tiempo en perfecto estado. Si no se da cumplimiento a lo anteriormente detallado, será motivo suficiente para la retirada del producto del mercado.

Correrán a cargo del contratista todos los trabajos de composición, corrección, ajuste, fotomecánica, fotograbado, montaje, impresión, preimpresión, post impresión, reimpresión y otros similares o necesarios para cumplir con el objetivo de esta contratación, así como las materias primas y materiales inherentes al trabajo, en su totalidad, así como de aquellos medios técnicos y humanos propios y subcontratados que destinará para el óptimo cumplimiento del procedimiento.

Retribución de las tareas objeto del contrato de licenciamiento:

1. El contratista abonará trimestralmente a Metro de Madrid el 50% de los ingresos generados derivados directa o indirectamente del licenciamiento de las marcas propiedad de Metro de Madrid
2. De cara a validar el pago anterior, el contratista pondrá a disposición de Metro de Madrid un sistema de control en el que se registren estas ventas, asegurando una correcta base de cálculo de las mismas. Metro de Madrid se reserva la posibilidad de realizar las auditorías que considere necesarias para el correcto seguimiento y control del contrato.