

INFORME DE NECESIDAD E IDONEIDAD

CONTRATO DE SERVICIOS PARA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

EXPEDIENTE N.º: 175/2025

Área: Marca y Gestión de Contenidos
(Subdirección de Comunicación)

1. OBJETO DEL CONTRATO

A. TIPO DE CONTRATO:

- ☐ CONTRATO DE OBRAS
☐ CONTRATO DE SUMINISTROS
☒ CONTRATO DE SERVICIOS

B. OBJETO DEL CONTRATO:

El presente contrato tiene por objeto la contratación de los servicios de desarrollo y producción de la campaña de publicidad que se desarrollará en el año 2026, con motivo de la conmemoración del 175 aniversario de Canal de Isabel II, S.A., M.P.

C. DIVISIÓN EN LOTES:

- ☒ NO
☐ SÍ

Canal de Isabel II, S.A., M.P. (en adelante Canal.) no ha dividido el objeto del contrato en lotes debido que la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el propio objeto del contrato dificultaría la correcta ejecución de este desde el punto de vista técnico ya que implica la necesidad de garantizar que se mantenga una línea de coherencia visual, de diseño, de lenguaje y de planteamiento estratégico a lo largo de todo el proceso creativo hasta su plasmación en los diferentes soportes.

En definitiva, al tratarse de una única campaña de publicidad, con sus diferentes piezas, se hace imprescindible la NO división en lotes.

2. PLAZO DE DURACIÓN O DE EJECUCIÓN

Plazo de duración inicial o de ejecución del contrato: 12 meses desde la fecha de firma del acta de inicio de los trabajos.

3. MEMORIA ECONÓMICA

A. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN (PBL)

	BASE	IVA	TOTAL
PBL	99.600,00 €	20.916,00 €	120.516,00 €

B. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Solo aplica a Canal de Isabel II, S.A., M.P.

C. PARTIDA PRESUPUESTARIA

Gasto:			
CEGE	CUENTA	POSICIÓN	ORDEN
H111000	627000	G/627000/000001	62009530

Línea Estratégica:

* Descripción Línea Estratégica	Descripción Línea Estratégica
<input checked="" type="checkbox"/> LE01: Garantía y continuidad de suministro	<input type="checkbox"/> LE06: Nuestros profesionales
<input type="checkbox"/> LE02: Calidad del agua	<input type="checkbox"/> LE07: Transformación digital e innovación
<input checked="" type="checkbox"/> LE03: Calidad ambiental	<input type="checkbox"/> LE08: Gestión económico-financiera sostenible
<input type="checkbox"/> LE04: Transición energética	<input type="checkbox"/> N/A: No Aplica
<input checked="" type="checkbox"/> LE05: Clientes y sociedad	

D. ESTIMACIÓN DE DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTARIA POR ANUALIDADES

D.1 DISTRIBUCION DEL PRESUPUESTO INICIAL:

AÑO	GASTO	INVERSIÓN	TOTAL (s/IVA)
2026	99.600,00 €	0	99.600,00 €
TOTAL (S/ IVA)	99.600,00 €	0,00	99.600,00 €

E. ¿ESTE CONTRATO ES SUSTITUCIÓN O RENOVACIÓN DE UNO YA EXISTENTE?

☐ SÍ
☒ NO

F. ¿SE ENCUENTRA INCLUIDO EN LA PLANIFICACIÓN PLURIANUAL VIGENTE?

☐ SÍ
☒ NO

4. MEMORIA JUSTIFICATIVA

A. NECESIDAD E IDONEIDAD DEL CONTRATO

A.1. NECESIDADES QUE SATISFACER

El presente contrato tiene como finalidad el desarrollo y producción de una campaña de publicidad que se difundirá en el marco de la conmemoración del 175 aniversario de Canal de Isabel II, S.A., M.P. en base al briefing facilitado por Canal. (que queda recogida en el Pliego de Prescripciones Técnicas) para trasladar a la ciudadanía de la Comunidad de Madrid los principales mensajes de concienciación sobre el cuidado del agua y el medioambiente, así como la evolución de los servicios prestados a nuestros clientes en estos 175 años de historia.

La campaña estará compuesta por diversas piezas y sus correspondientes adaptaciones a formato indicado en plan de medios: spot, cuña, gráficas, banners, etc.

A.2. IDONEIDAD DE LA PROPUESTA PLANTEADA

Este contrato resulta idóneo, conforme ha quedado definido en las particularidades recogidas en los distintos pliegos de la presente licitación para satisfacer la necesidad pública descrita.

Este planteamiento permite la contratación de una única empresa que se encargará de la producción de la campaña publicitaria objeto del presente contrato.

A.3: JUSTIFICACIÓN DE LA INSUFICIENCIA DE MEDIOS (PARA CONTRATOS DE SERVICIOS)

Canal de Isabel II, S.A., M.P. carece de los medios materiales técnicos necesarios para la realización de los servicios que son necesarios para la producción de una campaña publicitaria de las características definidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

En virtud de los objetivos y necesidades anteriormente expuestos y ante la insuficiencia y falta de adecuación de los medios materiales propios y la no conveniencia de su ampliación a tal fin, así como el hecho que para su realización no se requiera de personal de carácter fijo, se considera que es necesario e idóneo la selección de empresas especializadas que dispongan de los medios materiales y profesionales requeridos para ejecutar el objeto del contrato.

B. JUSTIFICACIÓN DE LOS VALORES ECONÓMICOS

Los precios que componen el presupuesto base de licitación se han basado en lo siguiente:

- Coste de una campaña, establecido en los pliegos del contrato con número de expediente 143/2023 "Gestión de la creatividad y producción publicitaria de Canal de Isabel II, S.A., M.P" para una campaña en 2026 en **69.600,00 €** (IVA excluido), debidamente justificado en dicha licitación y acorde a precios de mercado.
- Modificación en las piezas que integrarán la campaña objeto del contrato respecto a las que se contemplaban en una campaña publicitaria en el contrato 143/2023 con el coste de 69.600,00 € (IVA excluido). Al incrementarse significativamente hasta contar, al menos, con 3 spots diferenciados de 30 segundos, lo que sumado al impacto excepcional requerido para esta campaña y los costes que

esto podría repercutir en la selección del reparto actoral, música y locutores/as, se estima un incremento fruto de la experiencia acumulada en la gestión de campañas publicitarias de hasta **20.000,00 €** (IVA excluido) adicionales.

- Derechos de reproducción de la campaña, que no estaban contemplados en el coste de campaña en la licitación 143/2023 dado que los mismos se incluían en la partida del FEE mensual -ítem que no se incluye en la presente licitación-, para los que se estima un incremento que puede llegar hasta los **10.000,00 €** (IVA excluido) en función del reparto actoral propuesto y empleado, en virtud de la cercana experiencia del área en recientes producciones de campañas.

Detalle del contenido de la campaña	
i.	1 spot de 1 minuto de duración y 3 spots de 30" independientes en base al briefing detallado en el Pliego de Prescripciones Técnicas. Entrega en los formatos solicitados en los diferentes planes de medios.
ii.	3 cuñas de radio de 20" . Las locuciones contemplarán dos cierres diferentes.
iii.	Máster gráfica para prensa y exterior genérico y máster adaptado para ahorro de agua, gestión de vertidos domésticos y servicios al cliente , así como las adaptaciones a formato solicitadas para los diferentes planes de medios que se realizarán a lo largo del año, máximo de tres planes de medios distintos en diferentes momentos del 2026.
iv.	Master genérico para prensa digital y master de prensa digital para ahorro de agua, gestión de vertidos domésticos y servicios al cliente , así como todas las adaptaciones solicitadas para los diferentes planes de medios que se realizarán a lo largo del año, máximo tres planes de medios distintos en diferentes momentos del 2026.
v.	Gráfica específica para la tematización de parte de la estación de Plaza de Castilla de Metro de Madrid en vinilo. Incluye solo propuesta conceptual, diseño y artefinalización.
vi.	Acción especial de divulgación de campaña . Propuesta de acción especial en base al briefing detallado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.
El importe total ofertado para la campaña deberá tener en cuenta todos los gastos de producción de las propuestas realizadas por la agencia, incluida la acción especial que el licitador proponga, en caso de implicar producción física de materiales, y todos los derechos de emisión y reproducción según lo establecido en el PCAP.	

Por tanto, se estima un presupuesto total máximo o PBL de **120.516,00 €** (IVA incluido).

Este PBL busca, además, fomentar la concurrencia, ya que el procedimiento 143/2023 que puede considerarse de referencia, al contemplar campañas publicitarias, aunque de otra índole, solo tuvo tres ofertas.

Costes directos e indirectos y otros eventuales gastos calculados para su determinación:

Costes directos: 100 %

- **Producción de una campaña publicitaria según el Pliego de Prescripciones Técnicas:** Incluye todos los costes definidos en el mismo, el 100 % del coste del personal -director creativo, copy senior, director de arte, diseñador, productor audiovisual, director, edición de vídeo, locutores, músicos, etc.- que participará en las distintas fases y piezas objeto de la campaña, medios técnicos, así como el coste de todos los derechos de reproducción en territorio nacional y medios de pago online y offline durante, al menos, 24 meses desde su emisión.

Costes indirectos / otros eventuales gastos: no existen.

5. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

- ☒ **ABIERTO**
- ☐ **NEGOCIADO**
- ☐ **CONTRATACIÓN BASADA EN ACUERDO MARCO (AM)**
- ☐ **CONTRATACIÓN ESPECÍFICA DERIVADA DE SISTEMA DINÁMICO DE ADQUISICIÓN (SDA)**

Firmado electronicamente por: RAQUEL ARRIBAS LORENZO
En la fecha y hora 18.09.2025 20:56:53 CEST

Jefa del Área de Marca y Gestión de Contenidos

Firmado electronicamente por: Fernando Arlandis Pérez
En la fecha y hora 19.09.2025 13:04:08 CEST

Subdirector de Comunicación en funciones

Firmado electronicamente por: Mariano González Sáez
En la fecha y hora 19.09.2025 15:30:51 CEST

Consejero Delegado