



Área de Marca

Servicio de Marketing

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA EL 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

Abril de 2024

Contenido

1. OBJETO	2
2. ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL.....	2
2.1. ANTECEDENTES.....	2
2.2. SITUACIÓN ACTUAL.....	4
3. ALCANCE DEL ACUERDO MARCO.....	5
4. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS PRODUCTOS.....	9
5. DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL.....	11
6. FORMA DE PAGO DEL CONTRATO	12

1. OBJETO

El presente pliego tiene como objeto establecer las condiciones de carácter técnico para la contratación, mediante un Acuerdo Marco, de una empresa de marketing especializada en la conceptualización y desarrollo de productos y suministros de los mismos para la Tienda de Metro de Madrid.

Concretamente el objeto abarca los siguientes aspectos:

- Definición de la estrategia de marketing de la Tienda de Metro de Madrid y conceptualización y desarrollo del catálogo de productos.
- Producción y suministro de los productos necesarios para las tiendas físicas y online de Metro de Madrid.
- Posibilidad de distribución y comercialización en otros puntos de venta.

2. ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL

2.1. ANTECEDENTES

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.

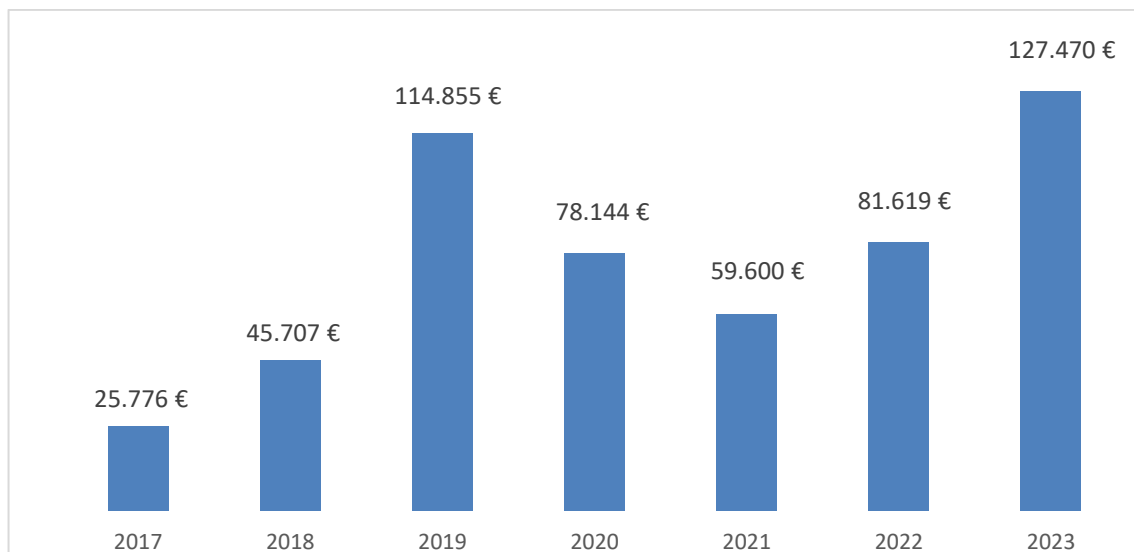
Esta tienda tiene sus orígenes en 1984, año en el que se abrió por primera vez en la mencionada estación de Sol.

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



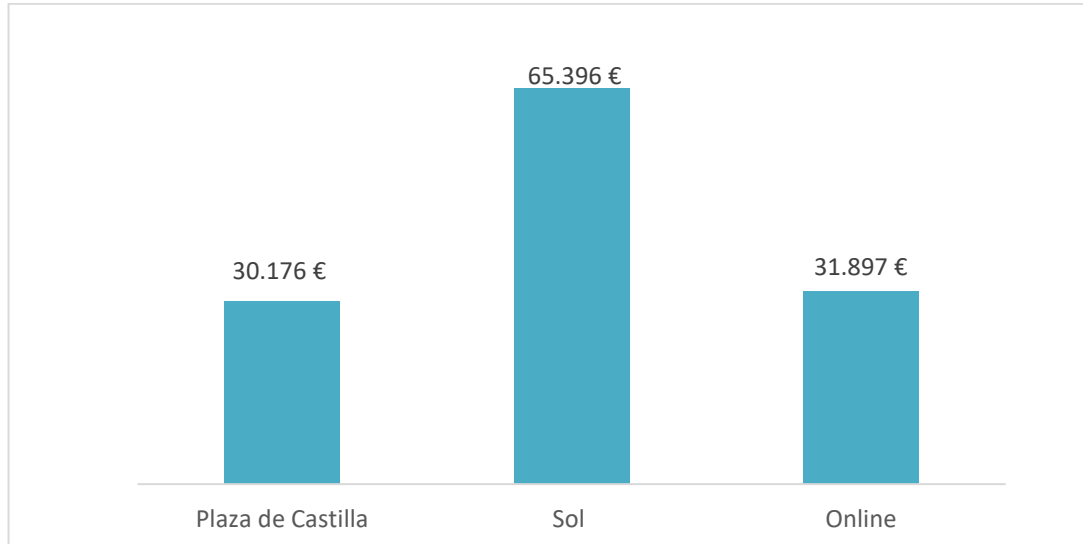
Se comercializan productos oficiales relacionados con la marca Metro de Madrid. El volumen de ventas del año 2023 se situó en los 127.470 € antes de impuestos, tras una fuerte subida respecto al año anterior.

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



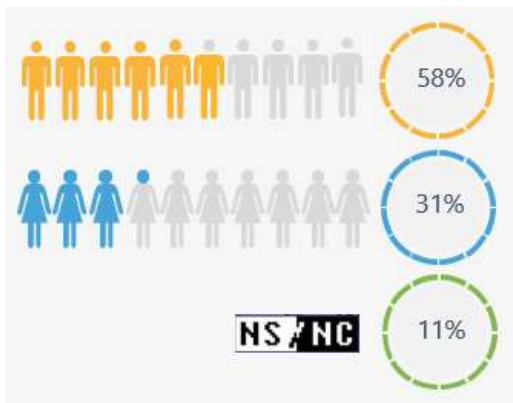
2.2. SITUACIÓN ACTUAL

Las ventas en 2023 se distribuyeron de la siguiente forma:



Como puede verse, el fuerte tráfico de usuarios en la estación de Sol, tanto locales como visitantes, junto a un espacio más atractivo, condicionan muy positivamente las ventas de nuestro catálogo actual, compuesto en buena parte por productos de impulso.

En la actualidad no se recogen datos de los compradores en las tiendas físicas, solo contamos con la información por género en nuestro canal online (año 2023):



Los productos más vendidos durante el año 2023 fueron los siguientes:

Referencia	Unidades
Jersey Navidad azul y rojo	1394
Tarjetero plano Metro	1045
Calcetines trenes	997
Imán Logo Metro	953
Taza plano Metro	814
Lápiz plano Metro	665
Calcetines rombos	655
Alfombrilla plano Metro	623
Marcapáginas plano Metro	554
Llavero Mini Metro Tren 8000	439
Goma de borrar rombo	429
Imán logo Metro LGTBI	415
Cojín tren	408
Pin logo Metro	371
Cojín rombo Metro	353

La plataforma utilizada para la gestión de las ventas online es **Prestashop**, plataforma desarrollada en modo “multitienda y multiamacén”, utilizándose un plugin específico para gestión de tiendas físicas.

El almacén principal se encuentra en nuestras instalaciones de Canillejas, desde donde se distribuye con medios propios a los almacenes secundarios de Sol y Plaza de Castilla, y a los clientes finales de la tienda online a través de los servicios de un operador logístico.

3. ALCANCE DEL ACUERDO MARCO

El Acuerdo Marco se adjudicará a una única empresa. El objetivo final de este Acuerdo Marco 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.

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.

Así mismo, es objetivo de este contrato el garantizar el suministro de los productos que se definan, para alcanzar las metas anteriormente señaladas.

El alcance del Acuerdo Marco se compone de tres grandes bloques:

- a. SERVICIOS
- b. SUMINISTROS
- c. VENTAS A CANAL: BENEFICIOS PARA METRO DE MADRID

a. SERVICIOS

Todos los trabajos que se detallan a continuación, objeto del alcance de este bloque se contratarán en el primer contrato basado del acuerdo marco.

Los trabajos son:

- **Definir el posicionamiento** y propuesta de valor de La Tienda de Metro de Madrid, así como su estrategia de producto.
- El adjudicatario deberá **analizar los diferentes targets** de público, identificando por grupos de edad, hábitos de viaje, segmento socioeconómico, etc., de cara a definir una estrategia consistente de mix comercial.
- **Conceptualización y definición de un catálogo** de productos en base al trabajo estratégico desarrollado previamente. Este catálogo se compondrá de:

a) **Catálogo general:** se trata de la “base” de La tienda de Metro de Madrid. Son referencias que, aunque podrán variar a lo largo del tiempo y constituirán los básicos de nuestra tienda. El catálogo debe disponer de 200 referencias. A modo de ejemplo, se citan las siguientes:

1. Categoría “hogar”: tazas, posavasos, cojines, reproducciones de elementos de Metro, delantales, productos de cocina, ropa de cama y mantas, imanes, lámparas...
2. Categoría tecnología: auriculares, baterías externas, cargadores inalámbricos, linternas, memorias externas, fundas de ordenador...

3. Categoría textil: camisetas y sudaderas genéricas de Metro, guantes, calcetines, gorros, bufandas, paraguas, tote bags, fundas de gafas...
4. Categoría regalos: maquetas a escala, llaveros, bolígrafos, planos de metro en formato poster, pines, mochilas, carteras, tarjeteros, relojes....
5. Categoría infantil: trenes de madera y eléctricos, réplicas de los uniformes de metro, juegos de mesa, puzles, pinturas, estuches, mochilas infantiles...

b) **Catálogo de productos de impresión bajo demanda:** se trata de una serie de artículos personalizados que se realizarán bajo petición del cliente final.

A modo de ejemplo se citan:

1. Tazas personalizadas con las 302 estaciones de Metro de Madrid y las 12 líneas
2. Catálogo gráfico a partir de material histórico, fotográfico o técnico de Metro de Madrid para impresión en diversos formatos y alta calidad.
3. Camisetas personalizadas con las 302 estaciones de Metro de Madrid y las 12 líneas.

El entregable consistirá en un documento que recoja: la definición de la estrategia, posicionamiento de marca y el análisis del público objetivo, así como el catálogo de productos.

Este catálogo consistirá en un documento visual que incluya las principales características de los artículos, así como el borrador de diseño de los mismos. Solo realizará el desarrollo completo de aquellos productos que finalmente se decidan producir. Los productos del catálogo deberán estar alineados con los valores de la marca Metro, especialmente centrados en la innovación.

La presentación de este entregable, deberá realizarse en los primeros 60 días naturales desde la formalización del contrato.

El catálogo de productos se revisará constantemente a lo largo de la vida del Acuerdo Marco para incorporar nuevos productos o sustituirlos por otros.

- **Otros servicios asociados:**

Medios técnicos para el desarrollo de productos de impresión bajo demanda que se indican en el apartado “suministros”. El adjudicatario deberá contemplar disponer de los recursos técnicos (propios o subcontratados) para efectuar las personalizaciones de productos que se contemplen en el catálogo.

- b. SUMINISTROS

Todos los suministros se contratarán mediante contratos basados del acuerdo marco.

Una vez seleccionados por parte de Metro de Madrid los productos del catálogo que finalmente se decidan producir, el adjudicatario se encargará de:

- Diseño, fabricación o compra, personalización y entrega de los productos. La entrega se realizará en un punto señalado por Metro de Madrid.
- El plazo máximo de entrega de los productos que componen el catálogo general será de 45 días naturales a contar desde la aprobación del diseño. Dicho plazo podrá ser ampliado previo informe justificativo por parte del adjudicatario, cuando excepcionales circunstancias del mercado provoquen una situación no prevista.
- El adjudicatario deberá disponer de todos los elementos necesarios para la personalización y suministro de productos de impresión bajo demanda a Metro de Madrid en un plazo máximo de 2 días hábiles.
- Metro de Madrid se reserva la posibilidad de solicitar al adjudicatario la compra de otros productos fuera del catálogo.

- c. VENTAS A CANAL: BENEFICIOS PARA METRO DE MADRID

- El adjudicatario, previa autorización por parte de Metro de Madrid, podrá comercializar los productos oficiales de Metro de Madrid que componen el catálogo en otros puntos de venta de forma directa o indirecta.
- Metro de Madrid deberá aprobar los canales de venta y los productos a comercializar de forma expresa.

- El coste de producción y distribución de estos productos correrá por cuenta del adjudicatario. De la venta de estos productos Metro de Madrid recibirá un porcentaje del beneficio sobre dichas ventas.
- El adjudicatario 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. Esta herramienta será consensuada entre las partes. Metro de Madrid se reserva la posibilidad de realizar las auditorías que considere necesarias para el correcto seguimiento y control del contrato.
- El adjudicatario estará obligado a abonar a Metro de Madrid un porcentaje del 12% sobre los beneficios de la venta de dichos productos.

El adjudicatario deberá nombrar dentro de su organización un representante como interlocutor único con Metro de Madrid, que en todo momento atienda las necesidades específicas de Metro de Madrid. Estará encargado de aplicar el protocolo de trabajo establecido por el interlocutor, controlar los plazos de entrega y seguimiento de los procesos de producción reportando sobre el estado real de los trabajos hasta su finalización.

4. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS PRODUCTOS

Todos los productos que formen parte del catálogo 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 en la Unión Europea.

Para la personalización de los diferentes artículos podrán utilizarse diferentes técnicas de marcaje según el material del artículo. A continuación, se indican algunas de las técnicas de marcaje que podrán utilizarse:

- Tampografía
- Serigrafía
- Transfer
- Bordado
- Láser

- Termograbado
- Doming o gota de resina
- Impresión digital

La empresa adjudicataria se compromete a llevar a cabo los controles de calidad adecuados que garanticen que el número de piezas defectuosas no supere el 3% en cada tirada de producción.

Se prestará especial atención a que los marcajes 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 su devolución completa del producto, reponiendo las unidades defectuosas o descontando en la correspondiente factura el coste del producto en función de los precios unitarios ofertados en los contratos basados del acuerdo marco.

Los artículos se presentarán con packaging personalizado, en función del producto. La entrega del producto se realizará en embalajes que habitualmente existen en el mercado y se etiquetarán de acuerdo con el Real Decreto 1468/1988 de 2 de diciembre por el que se aprueba el Reglamento de Etiquetado, Presentación y Publicidad de los Productos industriales destinados a la venta directa a los consumidores y usuarios.

Los embalajes se entregarán precintados con cinta de embalaje y llevarán adherido un modelo de su contenido y una etiqueta en la que figurarán, al menos, los siguientes datos:

- Número de unidades que contiene la caja.
- Referencia del modelo que contiene (distinguiendo por colores, si fuera el caso)
- Peso bruto del bulto

En todo caso, los embalajes deberán acompañarse de documento comercial (albarán) en el que se indicará como mínimo la referencia y descripción de los artículos que forman parte de la entrega, así como el número de unidades que conforman el pedido.

Correrán a cargo del adjudicatario todos los trabajos de composición, corrección, ajuste, fotomecánica, fotograbado, montaje, impresión, preimpresión, postimpresión, 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.

Asimismo, quedarán incluidos en los precios ofertados por el adjudicatario para los contratos basados del acuerdo marco todos los costes que se deriven de los viajes, portes (así como los gastos de empaquetado y embalado), devoluciones, gestión y mensajería que deben de efectuarse para la ejecución de los contratos basados.

Velará porque la calidad del material suministrado sea la requerida por Metro de Madrid, en cada uno de los contratos basados, quien ante errores o defectos en los productos ocasionados por culpa o negligencia del adjudicatario, podrá solicitar una nueva producción del material y rechazar el material que no alcance la calidad exigida.

5. DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

Sin perjuicio de lo dispuesto por la legislación vigente en materia de propiedad intelectual, el adjudicatario acepta expresamente que los derechos de explotación de los trabajos englobados en este acuerdo marco corresponden únicamente a Metro de Madrid, con exclusividad y a todos los efectos.

El adjudicatario cede a Metro de Madrid todos los derechos de explotación, sobre los trabajos que surjan como resultado del presente Acuerdo Marco. Concretamente cede los siguientes derechos:

- Derecho de reproducción en forma gráfica incluido el material punto de venta en cualquier otra forma o tipos de soporte, por cualquier tipo de procedimiento, analógico, digital u otros.
- Derecho de comunicación pública, en concreto, su representación y ejecución por todos los medios y procedimientos por cualquier medio de retransmisión y de difusión actualmente existentes.
- Derecho de transformación, en concreto, la actualización y cualquier otra modificación de su forma que pueda derivar en otra obra o creación.
- Derecho de distribución y venta.

La cesión de los derechos de explotación a Metro de Madrid en cualquier forma y modalidad reviste carácter de exclusiva por un periodo de 20 años y se otorga por el ámbito territorial universal.

6. FORMA DE PAGO DEL CONTRATO

SERVICIOS

El importe ofertado por parte del adjudicatario para los conceptos englobados en el apartado servicios se abonará del siguiente modo:

- 50 % a la entrega del estudio inicial y primera versión del catálogo que se contratará mediante el primer contrato basado del acuerdo marco.
- 50% restante dividido en pagos mensuales durante la vigencia del primer contrato basado del acuerdo marco.

SUMINISTROS

El abono de los suministros se realizará a la entrega de cada petición de suministros, previa recepción de factura.

INGRESOS

En caso de que el adjudicatario realice ventas de productos en otros canales de venta, Metro de Madrid emitirá una factura trimestral por el 12% de los beneficios de dichas ventas.