

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA NECESIDAD DEL GASTO

SERVICIO DE MARKETING DIGITAL PARA LA FUNDACIÓN DEL TEATRO REAL FSP (FTR).

Exp 25/2024

Introducción:

La contratación de la Fundación del Teatro Real (en adelante, FTR), está sujeta a las disposiciones de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante, LCSP), en las condiciones previstas en el Título I, Libro III de la misma.

El órgano de contratación es el Director General de la Fundación del Teatro Real (por delegación del Patronato de la Fundación –artículo 11 de los Estatutos-).

La unidad proponente es el Departamento de Marketing, Publicidad, Ventas y Calidad (MVC) de la Fundación del Teatro Real FSP.

Primero.- Finalidad del documento y objeto del contrato:

La presente memoria se elabora de conformidad con las previsiones recogidas en los artículos 28, 116 y 156 (Expediente de contratación abierto) de la LCSP, con la finalidad de incoar el expediente de contratación del **“Servicio de marketing digital para la Fundación del Teatro Real FSP (FTR)”**.

Segundo.- Justificación de la necesidad e idoneidad del contrato:

La contratación de las prestaciones componentes del contrato y su idoneidad se justifican sobre la base de las siguientes consideraciones:

- El artículo 28 de la LCSP establece que *“las entidades del sector público no podrán celebrar otros contratos que aquellos que sean necesarios para el cumplimiento y realización de sus fines institucionales”*. A este respecto, la Fundación del Teatro Real FSP, con personalidad jurídica y plena capacidad, reconocida como Fundación del sector público estatal de acuerdo con los artículos 44 y 84 de la leyes 50/2002 y 40/2015, respectivamente, tiene como fin fundacional *“la promoción, impulso y difusión de las artes musicales, líricas y coreográficas”*, para cuyo cumplimiento desarrolla actividades de fomento de la difusión, el aprecio y el conocimiento de estas artes, así como la asistencia de los ciudadanos a su programación y actividades (artículo 2.1 de los Estatutos de la FTR).
- En virtud de las previsiones recogidas en los Estatutos de la FTR, para el cumplimiento de su fin fundacional y la ejecución de las actividades que le son propias, podrá realizarlas por sí o

mediante la concertación de los correspondientes negocios jurídicos con personas físicas o jurídicas privadas o públicas, nacionales e internacionales (artículo 2.2).

- Teniendo en cuenta las premisas anteriores, la Fundación del Teatro Real, como instrumento esencial para la prestación del servicio de marketing digital para la Fundación del Teatro Real.
- Los trabajos deberán ser efectuados con arreglo a los requerimientos y condiciones que se estipulan en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, así como en el correspondiente Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT), relativas a la presente contratación, que han de entenderse como el compendio de las condiciones mínimas y características exigidas en la contratación. Las propuestas técnicas deben ser desarrollados por los licitadores efectuando una descripción detallada de su oferta, con el objetivo de disponer de los elementos de juicio para la valoración de las propuestas técnicas.
- En ningún caso, la Fundación del Teatro Real F.S.P. se compromete a contratar un determinado número de servicios mínimo durante la vigencia del contrato por estar estos subordinados a la situación de demanda del servicio que se estime en cada momento. Este hecho en ningún caso facultará a la entidad adjudicataria (en caso de reducción o supresión) a reclamar ninguna indemnización o variar el precio establecido en su oferta.
- Todos aquellos trabajos no indicados o mencionados en las especificaciones, que se consideren razonablemente incluidos como buena práctica del servicio objeto del contrato, serán requeridos al contratista sin cargo adicional alguno.
- Además, a los efectos de lo recogido en el artículo 116.4.f) de la LCSP, la Fundación del Teatro Real carece de medios suficientes para realizar el servicio de marketing digital para la Fundación del Teatro Real por lo que resulta necesario efectuar el presente servicio a efectos de que la actividad teatral y escénica del Teatro Real no se vea afectada. No obstante, se elabora el informe de insuficiencia de medios que acredita tal extremo.

Tercero.- Propuesta de calificación del contrato y elección del procedimiento de licitación:

- El presente contrato de servicio tiene carácter privado, siendo competente el orden jurisdiccional civil para conocer de las controversias que surjan en su ejecución. No obstante, los actos de preparación y adjudicación del mismo seguirán los trámites contemplados en la LCSP como poder adjudicador no administración pública que es la Fundación del Teatro Real.
- La adjudicación se llevará a cabo a través de expediente de contratación abierto (artículo 156 LCSP), y con tramitación del expediente por vía ordinaria.

Cuarto.- Propuesta de criterios de valoración de las ofertas:

Según el artículo 145.1 de la LCSP, la adjudicación de los contratos se realizará utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación en base a la mejor relación calidad-precio. Según el artículo 145.2 de la LCSP, la mejor relación calidad-precio se evaluará con criterios económicos y cualitativos.

a) Criterios no evaluables mediante fórmulas.

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN NO EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS DEL LOTE 1	
CRITERIO	PUNTUACIÓN
Estrategia propuesta	20 puntos
Objetivos de la campaña	20 puntos
Puntuación total máxima en los criterios no evaluables mediante fórmulas	Hasta 40 puntos.

Será requisito necesario obtener una puntuación mínima de 25 puntos en este criterio para que el licitador pueda continuar en el proceso de valoración.

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN NO EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS DEL LOTE 2	
CRITERIO	PUNTUACIÓN
SEO	
Propuesta estratégica	Hasta 25 puntos.
SEM	
Estrategia propuesta	Hasta 8 puntos
Organización de la campaña	Hasta 7 puntos
Objetivos de la campaña	Hasta 10 puntos
Puntuación total máxima en los criterios no evaluables mediante fórmulas	Hasta 50 puntos.

Será requisito necesario obtener una puntuación mínima de 30 puntos en este criterio para que el licitador pueda continuar en el proceso de valoración.

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN NO EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS DEL LOTE 3	
CRITERIO	PUNTUACIÓN
Estrategia propuesta	Hasta 30 puntos
Puntuación total máxima en los criterios no evaluables mediante fórmulas	Hasta 30 puntos.

Será requisito necesario obtener una puntuación mínima de 17 puntos en este criterio para que el licitador pueda continuar en el proceso de valoración.

b) Criterio de adjudicación evaluable mediante fórmulas

En cada uno de los apartados que se detallan a continuación, se distribuirán los puntos indicados de forma proporcional, correspondiendo los puntos máximos a la oferta más económica. Las restantes ofertas presentadas por los licitadores, IVA excluido, se calificarán de conformidad a la siguiente fórmula:

I. Lote 1.- Programática (RTB)

a. Ingresos y ROI (hasta 35 puntos):

Se distribuirán los puntos de forma proporcional, correspondiendo la mayor puntuación al licitador que ofrezca un **ROI promedio más elevado** en una anualidad. Esta oferta estará limitada con porcentaje mínimo (697%) y uno máximo (2.200%). A tales efectos, los licitadores deberán incluir en el anexo IV, una estimación de ingresos y ROI promedio. Las restantes ofertas presentadas por los licitadores, se calificarán de conformidad a la siguiente fórmula:

Fórmula

Puntuación máxima x porcentaje de ROI ofertado por el licitador/mayor % de ROI ofertado.

Justificación de la fórmula elegida: se asigna la puntuación de forma proporcional respecto de la oferta más ventajosa en el entendimiento de que la formación de precios en el mercado no altera el objetivo de obtener la mejor relación calidad-precio. En este sentido, se considera que es la fórmula más transparente.

b. DMP (Plataforma de gestión de datos) (hasta 10 puntos):

Aquellos licitadores que indiquen en el Anexo IV que tienen la capacidad de explotar publicitariamente el pool de audiencias acumuladas por Teatro Real (basado en cookies y otros IDs) en su DMP actual (Roku's Oneview), obtendrán una puntuación de 10 puntos. En caso contrario, no obtendrán dicha puntuación.

c. CPM (Coste por Mil Impresiones) (hasta 15 puntos):

Se distribuirán los puntos de forma proporcional, correspondiendo la mayor puntuación al licitador que ofrezca un **CPM más económico**. A tales efectos, los licitadores deberán incluir dicho importe en el anexo IV. Las restantes ofertas presentadas por los licitadores, se calificarán de conformidad a la siguiente fórmula:

Fórmula

Puntuación máxima x importe de CPM ofertado por el licitador/menor CPM ofertado

II. **Lote 2.- SEO y SEM**

a. SEO

i. Certificación Google (hasta 2,5 puntos)

Aquellos licitadores que indiquen en el Anexo IV que disponen de la certificación de Google Partners para la prestación del servicio obtendrán una puntuación de 2,5 puntos. En caso contrario, no obtendrán dicha puntuación.

ii. Descuento de fee (hasta 22,5 puntos)

Se distribuirán los puntos de forma proporcional, correspondiendo la mayor puntuación indicada en cada apartado, correspondiente a la oferta con mayor descuento. Las restantes ofertas presentadas por los licitadores, se calificarán de conformidad a la siguiente fórmula:

Fórmula

Puntuación máxima x descuento final ofertado/mayor descuento final ofertado.

b. SEM

i. Certificación Google (hasta 2,5 puntos)

Aquellos licitadores que indiquen en el Anexo IV que disponen de la certificación de Google Partners para la prestación del servicio obtendrán una puntuación de 2,5 puntos. En caso contrario, no obtendrán dicha puntuación.

ii. Descuento de fee (hasta 22,5 puntos)

Se distribuirán los puntos de forma proporcional, correspondiendo la mayor puntuación indicada en cada apartado, correspondiente a la oferta con mayor descuento. Las restantes ofertas presentadas por los licitadores, se calificarán de conformidad a la siguiente fórmula:

Fórmula

Puntuación máxima x descuento final ofertado/mayor descuento final ofertado.

III. Lote 3.- Paid Social

1) Descuento de fee (hasta 40 puntos)

Se distribuirán los puntos de forma proporcional, correspondiendo la mayor puntuación indicada en cada apartado, correspondiente a la oferta con mayor descuento sobre un fee máximo de 15.000 € anuales. Las restantes ofertas presentadas por los licitadores, se calificarán de conformidad a la siguiente fórmula:

Fórmula: Puntuación máxima x descuento final ofertado/mayor descuento final ofertado.

2) Posibilidad de realizar campañas ilimitadas (hasta 10 puntos)

Aquellos licitadores que indiquen en el Anexo IV que realizarán campañas ilimitadas para la Fundación obtendrán una puntuación de 10 puntos. En caso contrario, no obtendrán dicha puntuación.

3) Descuento de fee en caso de que la Fundación necesite realizar campañas adicionales sobre el mínimo. (hasta 20 puntos)

La Fundación podrá requerir del adjudicatario la realización de campañas adicionales. Cada campaña supondrá una inversión de hasta un máximo de cinco mil //5.000,00 €/€. En el cálculo del valor estimado del apartado 13 del cuadro resumen, está prevista la posibilidad de realizar hasta un máximo de 8 campañas. En este sentido, los licitadores deberán incluir en el Anexo IV un porcentaje de descuento sobre un fee máximo de 5.000,00 €. Los puntos se distribuirán de forma proporcional, correspondiendo la mayor puntuación indicada en cada apartado, a la oferta con mayor descuento. Las restantes ofertas presentadas por los licitadores, se calificarán de conformidad a la siguiente fórmula:

Fórmula: Puntuación máxima x descuento final ofertado/mayor descuento final ofertado.

Quinto.- Presupuesto base de licitación, valor estimado del contrato y financiación del contrato:

5.1- Presupuesto base de licitación de la totalidad del contrato

a) Presupuesto base de licitación del lote 1.

- Importe base: SESENTA Y CINCO MIL EUROS // 65.000,00 € // (IVA no incluido).
- IVA: TRECE MIL SEISCIENTOS CINCUENTA EUROS // 13.650,00 € //
- Total: SETENTA Y OCHO MIL SEISCIENTOS CINCUENTA // 78.650,00 € // (IVA Incluido)

b) Presupuesto base de licitación del lote 2.

- Importe base: CINCUENTA MIL EUROS // 50.000,00 € € // (IVA no incluido).
- IVA: DIEZ MIL QUINIENTOS EUROS // 10.500,00 € //
- Total: SESENTA MIL QUINIENTOS // 60.500,00 € // (IVA Incluido)

c) Presupuesto base de licitación del lote 3.

- Importe base: CUARENTA Y CINCO MIL EUROS // 45.000,00 € // (IVA no incluido).
- IVA: NUEVE MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA EUROS // 9.450,00 € //
- Total: CINCUENTA Y CUATRO MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA EUROS // 54.450,00 € // (IVA Incluido)

Presupuesto base de licitación de los tres lotes.

- **Importe base: CIENTO SESENTA MIL EUROS // 160.000,00 € // (IVA no incluido).**
- **IVA: TREINTA Y TRES MIL SEISCIENTOS EUROS // 33.600,00 € //**
- **Total: CIENTO NOVENTA Y TRES MIL SEISCIENTOS EUROS // 193.600,00 € // (IVA Incluido)**

5.2- Valor estimado del contrato:

- Importe del valor estimado total del expediente: DOSCIENTOS MIL EUROS // 200.000,00 € // (IVA no incluido).

En este sentido, la cuantificación económica del valor estimado del contrato se ha realizado sobre la base de los siguientes costes previstos en el artículo 102.1 de la LCSP: 1) coste inicial del servicio asociado a los encargos efectuados a través del presente contrato

(160.000,00 €); 2) aplicación del régimen de modificaciones en el lote 3 (40.000,00 €). No obstante, el contrato se ejecutará en función de la demanda de servicios efectivamente realizados por la Fundación del Teatro Real, pudiendo ésta ser inferior o superior excepcionalmente a tenor de las necesidades que justifique requerir la Fundación del Teatro Real, sin que se pueda superar, en ningún caso, en cómputo global el valor estimado del contrato.

5.3.- Financiación del contrato por anualidad:

AÑO	(♦) IMPORTE (euros)
2024	80.666,67 €
2025	161.333,33 €
* (♦) Incluido el Impuesto sobre el Valor Añadido	TOTAL 242.000,00 €

Sexto.- Duración del contrato:

- El plazo de vigencia del contrato será de un año, desde el 1 de septiembre de 2024 o desde la formalización del contrato si esta fuera posterior.
- No cabe la prórroga de este contrato.

Séptimo.- Lugar de prestación del servicio:

- Edificio del Teatro Real, sito en Plaza de Isabel II, s/n, Madrid (Madrid).
- Instalaciones del Teatro Real en la Finca El Campillo, sitas en Ctra. N-III, km. 34, de Arganda del Rey (Madrid).

En Madrid, a la fecha de la firma electrónica



D. Francisco José Ramos Zaldívar, Director de Marketing Ventas, Calidad, Publicidad y Promoción Digital de la Fundación del Teatro Real FSP

__01_MEMORIA JUSTIFICATIVA_ACTUALIZA DA_exp_25_2024

Final Audit Report

2024-05-31

Created:	2024-05-31
By:	ANA SERRANO (aousset@teatroreal.es)
Status:	Signed
Transaction ID:	CBJCHBCAABAATByLIsKenIQyAdk668-FCjp08OAq4ah7

"__01_MEMORIA JUSTIFICATIVA_ACTUALIZADA_exp_25_2024" History

-  Document created by ANA SERRANO (aousset@teatroreal.es)
2024-05-31 - 9:34:28 AM GMT
-  Document emailed to Curro Ramos Zaldívar (framos@teatroreal.es) for signature
2024-05-31 - 9:34:32 AM GMT
-  Email viewed by Curro Ramos Zaldívar (framos@teatroreal.es)
2024-05-31 - 9:38:03 AM GMT
-  Document e-signed by Curro Ramos Zaldívar (framos@teatroreal.es)
Signature Date: 2024-05-31 - 9:40:50 AM GMT - Time Source: server
-  Agreement completed.
2024-05-31 - 9:40:50 AM GMT