

SERVICIO DE CONCEPTUALIZACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS, CAPTACIÓN Y  
COMPRA DE ESPACIO PUBLICITARIO PARA EL EVENTO TALENT ARENA 2025

Exp. A/F202409/S

ACTA DE LA MESA DE CONTRATACIÓN RELATIVA A LA JUSTIFICACIÓN  
APORTADA POR EL OPERADOR ECONÓMICO ADSPLANNING, S.L. EN RELACIÓN  
CON LA PRESUNTA TEMERIDAD DE SU OFERTA ECONÓMICA Y PROPUESTA DE  
EXCLUSIÓN Y PROPUESTA DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO

En Barcelona, a **8 de noviembre de 2024, a las 16:00 horas**, se constituye la Mesa de Contratación con los siguientes asistentes:

- Presidente: **Laia Corbella**; Chief of Communications & Corporate Affairs Officer de MWCapital;
- Secretaria: **Marta Duelo**; Chief of Legal & Contractual Services de MWCapital;
- Vocal: **Carme Ponte**; Chief of General Services de MWCapital;
- Vocal técnico 1: **Victor Solanas**, Head of Digital Talent Operations de MWCapital;
- Vocal técnico 2: **Marcos Morcate**; Head of Marketing de MWCapital;

Para esta licitación ha sido obligatorio el uso de medios electrónicos, informáticos o telemáticos en todas las fases del procedimiento de contratación, incluidas las correspondientes a la presentación de las ofertas.

SE DECLARA QUE

I. PROCESO DE LICITACIÓN

a) Incoación

En fecha **19 de septiembre de 2024**, el Director General de FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION (en adelante, “**MWCapital**”) acordó aprobar el siguiente expediente:

<b>Expediente</b>	A/F202409/S
<b>Objeto</b>	Servicio de conceptualización del plan de medios, captación y compra de espacio publicitario para el evento Talent Arena 2025 (Exp. A/202409/S)
<b>Categoría</b>	Servicios
<b>Modalidad</b>	Abierto (no armonizado)
<b>Valor estimado</b>	170.000,00.-€, IVA excluido
<b>Presupuesto base de licitación</b>	205.700,00.-€, IVA incluido
<b>Plazo de ejecución</b>	La prestación objeto del contrato se iniciará en la fecha de su formalización contractual y se extenderá hasta la presentación del informe final del evento, el cual deberá ser entregado, como máximo, un mes después del evento; esto es, como máximo el 5 de abril de 2025.

#### b) Recepción de proposiciones

En fecha de **7 de octubre de 2024**, a las **12:00 horas**, finalizó el plazo de presentación de las propuestas exclusivamente a través de la Plataforma electrónica de contratación pública de la Generalitat de Catalunya, habiéndose recibido la documentación por parte de tres (3) ofertantes:

1. ADSPLANNING, S.L.
2. FIRMA BRAND COMMUNICATION S.L.
3. LINKEMANN VENTURES, S.L.

#### SOBRE 1. Verificación de la aptitud de las empresas concurrentes

En fecha **8 de octubre de 2024**, la Mesa de Contratación celebró el acto privado de verificación de la aptitud y solvencia de los tres (3) ofertantes concurrentes al procedimiento de licitación.

Una vez revisada y analizada la documentación, se constató que todas las empresas concurrentes habían declarado cumplir con los requisitos de aptitud, capacidad, solvencia económica y técnica exigidos en el pliego de cláusulas particulares, a cuyo efecto presentaron el Documento Europeo Único de Contratación (DEUC) y la declaración responsables correspondiente y se les emplazó para su posterior y

fehaciente acreditación ante la Mesa de Contratación y, en cualquier caso, con carácter previo a la adjudicación del contrato.

Se hizo constar que las entidades FIRMA BRAND COMMUNICATION S.L., y LINKEMANN VENTURES, S.L., no habían adjuntado en sus declaración responsable los currículums y títulos académicos y/o profesionales conforme lo establecido en la cláusula G.1 del Pliego de Cláusulas Particulares, de modo que la Mesa de Contratación condicionó su acreditación, en el supuesto de ser requerido a dichos efectos, al licitador que presentara la mejor oferta calidad precio, y que, en cualquier caso, será realizada siempre en una fase previa a la adjudicación del contrato.

Por consiguiente, la Mesa de Contratación tuvo por admitidas al procedimiento de licitación las tres (3) empresas de referencia.

## **SOBRE 2. Criterios ponderables en función de un juicio de valor**

En fecha **9 de octubre de 2024** se constituyó de nuevo la Mesa de Contratación para el acto público de apertura del sobre 2 de los tres (3) ofertantes aceptados en esta fase; esto es ADSPLANNING, S.L., FIRMA BRAND COMUNICACION, S.L., y LINKEMANN VENTURES, S.L., correspondiente a los criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor, valorados en un máximo de 50 puntos.

En fecha de **17 de octubre de 2024**, la ponencia técnica de la Mesa de Contratación elaboró el informe de valoración respecto de la proposición presentada por los referidos tres (3) ofertantes concurrentes a la licitación y aceptados en esta fase.

La puntuación obtenida por los tres (3) ofertantes concurrentes en esta fase fue la siguiente:

1. FIRMA BRAND COMMUNICATION, S.L.: **48 puntos**
2. ADSPLANNING, S.L.: **28 puntos**
3. LINKEMANN VENTURES, S.L.: **21 puntos**

Así, la Mesa de Contratación se reunió el **17 de octubre de 2024** y acordó tener por realizada la valoración respecto de las proposiciones presentadas por los tres (3) operadores económicos concurrentes en esta fase de la licitación, de conformidad con lo dispuesto en el informe de valoración realizado por la ponencia técnica, así como ratificarse en la valoración y puntuación otorgadas.

Así también, la Mesa de Contratación advirtió que la puntuación obtenida por un (1) operador económico, LINKEMANN VENTURES, S.L., no superaba el umbral mínimo de

calidad establecido en 25 puntos en esta fase del procedimiento, según el art. 19.3 del Pliego de Cláusulas Particulares.

Por esto, la Mesa de Contratación acordó elevar al Órgano de Contratación la propuesta de exclusión de LINKEMANN VENTURES, S.L. del procedimiento de licitación.

En fecha también de **17 de octubre de 2024**, el Órgano de Contratación acordó la exclusión de LINKEMANN VENTURES, S.L. del procedimiento de referencia, por estimarse que su propuesta era técnicamente insuficiente y por no haber superado el umbral mínimo de calidad exigido en las propuestas técnicas presentadas (esto es, de 25 puntos), que estaban sujetas a valoración mediante criterios sujetos a un juicio de valor; y así se le comunicó oportunamente a la licitadora.

### **SOBRE 3. Criterios de adjudicación evaluables de forma automática**

En fecha de **18 de octubre de 2024**, se constituyó la Mesa de Contratación para realizar la apertura del sobre 3 de la proposición de las dos (2) ofertantes aceptadas en esta fase del procedimiento de licitación; esto es, ADSPLANNING, S.L.; y FIRMA BRAND COMMUNICATION, S.L.

El resumen de la lectura del contenido del Sobre 3 fue la siguiente:

#### **A. OFERTA ECONÓMICA**

EMPRESA	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	I.V.A. (21%)	PRECIO TOTAL CON IVA
ADSPLANNING, S.L.	126.000,00.-€	24.460,00.-€	<b>152.460,00.-€</b>
FIRMA BRAND COMUNICATION, S.L.	160.000,00	33.600,00.-€	<b>193.600,00.-€</b>

La Mesa advirtió que la oferta económica presentada por el operador económico ADSPLANNING, S.L., (126.000,00.-€, IVA excluido) se encontraba incursa en baja presuntamente anormal, dado que, su oferta económica suponía un porcentaje de descuento de más del 10% (siendo que la oferta debería haber presentado una baja, de como máximo, hasta los 128.700,00.-€).

En consecuencia, y al amparo de lo previsto en el art. 149 de la Ley de Contratos del Sector Público y la cláusula 22.2 del Pliego de Cláusulas Particulares, se requirió al

referido operador económico para que, en un plazo no superior a tres (3) días hábiles, aportara la correspondiente justificación de la oferta económica presentada.

Así, el operador económico ADSPLANNING S.L., presentó, dentro del plazo requerido, la correspondiente justificación respecto a la presunta anormalidad de su oferta, que fue recibida por la Mesa de Contratación.

En fecha de hoy, **8 de noviembre de 2024**, la ponencia técnica de la Mesa de Contratación ha emitido su informe de valoración sobre la justificación aportada por el operador económico ADSPLANNING, S.L., respecto a la presunta anormalidad de su oferta, remitiéndolo para su consideración, con sus conclusiones, a la Mesa de Contratación.

Así, en fecha de hoy, reunida la Mesa de Contratación, se procede a resumir el

## DESARROLLO DE LA SESIÓN

### **1) Valoración de la justificación de ofertas en presunción de anormalidad**

- I. De conformidad con lo dispuesto en el apartado I.2. del cuadro de características del Pliego de Cláusulas Particulares, para presumir que una oferta presenta carácter anormal o desproporcionado, se seguirán las directrices del artículo 149.4 de la LCSP.
- II. La Mesa de Contratación, procede, en primer lugar, a la lectura exhaustiva del informe realizado por la ponencia técnica de esta misma mesa suscrito en fecha de hoy, 8 de noviembre de 2024, que se adjunta como Anexo I a la presente acta, cuya conclusión es que la ponencia técnica considera que (i) el operador económico ADSPLANNING, S.L. no ha justificado el bajo precio de su oferta, en relación con el cumplimiento de las condiciones del contrato; y que, además, (ii) debe rechazarse la oferta porque incumple con las obligaciones exigidas en el pliego regulador de la licitación, en relación con la oferta relativa a los servicios, puesto que una oferta a precio cero no puede ser admitida y debe ser considerada económicamente insostenible y contraria a los principios de contratación pública y no garantiza la correcta ejecución del contrato.
- III. Por los motivos anteriores, extensamente descritos en el informe de valoración de referencia, la ponencia técnica de la Mesa de Contratación considera que

ADSPLANNING, S.L. no debe seguir en el procedimiento de licitación, elevando a la Mesa de Contratación sus consideraciones.

**IV. La secretaria de la Mesa de Contratación, en su calidad asimismo de Chief of Legal & Contractual Services de MWCapital, hace las siguientes apreciaciones jurídicas en relación con la exclusión de la oferta por, además de los temas técnicos apuntados, ser de cero euros, en relación con las consideraciones apuntadas por la ponencia técnica en su informe:**

- Según el artículo 149 de la LCSP, si una oferta tiene un precio desproporcionadamente bajo, el órgano de contratación debe solicitar una justificación. No obstante, una oferta de cero euros se podría considerar automáticamente como una oferta "anormalmente baja", ya que no es razonable que los costes asociados puedan reducirse a cero. Sin embargo, esta Mesa ha querido darle la oportunidad al licitador de justificar su oferta, en pro de la libre competencia y la igualdad de trato, sin éxito.
- Sin embargo, la jurisprudencia ha sido consistente en rechazar ofertas a precio cero por considerarlas económicamente insostenibles y contrarias a los principios de contratación pública. El TACRC, en su Resolución 601/2018, rechazó una oferta que no cubría los costes básicos, señalando que la misma era inviable y debía ser excluida por no garantizar la correcta ejecución del contrato.
- Asimismo, el TACRC, en su Resolución 319/2019, argumenta que una oferta de precio cero o extremadamente baja debe considerarse automáticamente como una oferta "anormalmente baja". Esta resolución establece que una oferta de cero euros vulnera los principios de eficacia y eficiencia, ya que, en caso de aceptarse, es altamente probable que el contratista no pueda llevar a cabo la prestación de manera adecuada, lo que afectaría negativamente al interés público.
- Por otro lado, el Tribunal Superior de Justicia de Madrid (Sentencia 28/2016) respalda la exclusión de ofertas simbólicas, argumentando que constituyen un acto de competencia desleal que desvirtúa el principio de igualdad en los procedimientos de contratación. En este sentido, una oferta de precio cero desincentiva la participación de otros licitadores y va en contra del interés público, ya que compromete la selección de una oferta sostenible y realista.

- No menos importante, la LCSP impone a los órganos de contratación la responsabilidad de garantizar la eficiencia en el uso de los recursos públicos. Aceptar una oferta de 0 euros podría poner en riesgo el correcto desarrollo del contrato, ya que no existen garantías de que el licitador pueda asumir los costes de ejecución y cumplir con el contrato de manera efectiva, como bien se apunta en el informe de la ponencia técnica. Y este principio de eficiencia se ve afectado cuando el adjudicatario presenta una oferta insostenible que pueda llevar, en última instancia, a la renuncia o incumplimiento del contrato. El TACRC, en la Resolución 527/2021, establece que los contratos deben ser adjudicados de manera que se asegure su correcta ejecución, y una oferta de 0 euros es incompatible con esta obligación, pues introduce un alto riesgo de incumplimiento contractual.

V. Por todo lo anterior, la Mesa de Contratación propone excluir la propuesta del operador económico ADSPLANNING en el procedimiento de referencia.

## 2) Clasificación de las ofertas

A continuación, la Mesa de Contratación procede a ponderar la oferta económica de FIRMA BRAND COMMUNICATIONS, S.L., como único operador que continuaría en el procedimiento de referencia, puntuable mediante criterios subjetivos y automáticos conforme a la fórmula establecida en los pliegos, la cual se relaciona en el siguiente cuadro, una vez considerada como excluida a la empresa ADSPLANNING, S.L. por los motivos indicados en los apartados anteriores de esta acta, y que obliga a una revisión de la puntuación que inicialmente se hubiese obtenido en la reunión de fecha 18 de octubre de 2024:

<b>FIRMA BRAND COMMUNICATIONS S.L.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta económica:</li> <li>• Valoración subjetiva:</li> <li>• Total:</li> </ul>	50 Puntos 48 Puntos <b>98 Puntos</b>
--------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------

A la vista de lo expuesto, la Mesa de Contratación, de forma unánime, adopta los siguientes

## ACUERDOS

- I. PROPONER LA EXCLUSIÓN de ADSPLANNING, S.L. del procedimiento de licitación, por NO estar justificado lo suficiente el importe de su oferta económica anormalmente baja, así por haber presentado una oferta a precio cero, y rechazar así su proposición siguiendo el procedimiento oportuno a través de la Plataforma

electrónica de contratación pública de la Generalitat de Catalunya.

- II. De aprobarse lo anterior, PROPONER LA ADJUDICACIÓN del servicio de conceptualización del plan de medios, captación y compra de espacio publicitario para el evento Talent Arena 2025 (Exp. A/F202409/S) en favor de la entidad FIRMA BRAND COMMUNICATION, S.L., por la cantidad de CIENTO SESENTA MIL EUROS (160.000,00.-€), IVA excluido, por un plazo de duración del contrato desde la fecha de su formalización hasta la presentación del informe final del evento, el cual deberá ser entregado, como máximo, un mes después del evento; esto es, como máximo, el 5 de abril de 2025.

Y PARA QUE ASÍ CONSTE, a los efectos oportunos, se firma la presente acta por la Mesa de Contratación encargada del referido expediente A/F202409/S, en el lugar y fecha señalados en el encabezamiento.

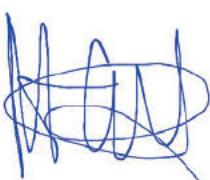


---

Laia Corbella  
Presidenta de la Mesa



Marta Dueño  
Secretaria de la Mesa



---

Carme Ponte  
Vocal



Victor Solanas  
Vocal Técnico



---

Marcos Morcate  
Vocal Técnico

**Anexo I**

**Informe ponencia técnica sobre justificación baja presuntamente anormal**

[*Sigue documento unido*]

Expediente A/F202409/S

*Procedimiento abierto (contratación no armonizada)*

*Servicio de conceptualización del plan de medios, captación y compra de espacio publicitario para el evento Talent Arena 2025*

## A LA MESA DE CONTRATACIÓN

### INFORME DE VALORACIÓN SOBRE LA JUSTIFICACIÓN APORTADA POR EL OPERADOR ECONÓMICO ADSPLANNING, S.L. EN RELACIÓN CON LA PRESUNTA TEMERIDAD DE SU OFERTA

#### I. ANTECEDENTES

**Primero.** El 18 de octubre de 2024, a las 12:05 horas, se llevó a cabo el acto telemático de apertura del sobre 3, correspondiente a los criterios de valoración objetivos o evaluables de forma automática, en el marco de la licitación mencionada en el encabezamiento de este documento.

**Segundo.** De conformidad con lo dispuesto en el apartado I.1.B. y I.2. del cuadro de características del Pliego de Cláusulas Particulares (en adelante, “PCP”), los criterios de valoración objetivos o evaluables de forma automática del procedimiento de referencia eran los siguientes:

#### ***“CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN OBJETIVOS O EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA (Hasta un máximo de 50 puntos)***

##### **a) *Oferta económica (hasta un máximo de 50 puntos)***

*Se otorgará la máxima puntuación al licitador que formule el precio más bajo que sea admisible, es decir, que no sea anormalmente bajo y que no supere el presupuesto base de licitación y en el resto de empresas licitadoras la distribución de la puntuación se hará aplicando la siguiente fórmula establecida por la Instrucción de la Gerencia Municipal y aprobada por Decreto de Alcaldía, de 22 de junio de 2017, publicado en la Gaceta Municipal del día 29 de junio:*

$$\frac{\text{Presupuesto base de licitación - oferta}}{\text{Presupuesto base de licitación - oferta más económica}} \times \text{Puntos máx.} = \text{Puntuación resultante}$$

*Si una entidad licitadora presentara una oferta que iguale el precio de licitación, quedará admitida pero no obtendrá ninguna puntuación, por no tratarse de ninguna mejora económica. Si una entidad licitadora presentara una oferta superior a la del precio de licitación, quedará automáticamente excluida.*

*A estos efectos, deberá cumplimentarse el modelo de oferta económica y otros criterios automáticos adjunto a los pliegos de la presente licitación.*

## **I.2. Bajas presuntamente anormales y casos de empate**

*Si un licitador presentara una oferta que iguale el precio de licitación, quedará admitida pero no obtendrá ninguna puntuación, por no tratarse de ninguna mejora económica. Si un licitador presentara una oferta superior al precio de licitación, quedará automáticamente excluido.*

*Se definen los siguientes límites para la consideración de ofertas, en principio, con valores anormales o desproporcionados:*

- *Un diferencial de 10 puntos porcentuales por debajo de la media de las ofertas o, en el caso de un único licitador, de 20 puntos porcentuales respecto al presupuesto neto de licitación.*
- *Si el número de licitadores es superior a 10, por el cálculo de la media de las ofertas se prescindirá de la oferta más baja y/o de la oferta más alta si hay un diferencial superior al 5% respecto de la oferta de inmediato consecutiva.*
- *Si el número de licitadores es superior a 20, por el cálculo de la media de las ofertas se excluirá una o las dos ofertas más caras y/o una de las dos ofertas más bajas siempre y cuando una con la otra o ambas con la que sigue tengan un diferencial superior al 5%.*

*De acuerdo con la previsión del artículo 149.4 LCSP, se rechazará la oferta si se comprueba que es anormalmente baja porque no cumple las obligaciones aplicables en materia de subcontratación, ambiental, social o laboral establecidas en el Derecho de la Unión, en el Derecho Nacional, los convenios colectivos sectoriales vigentes o por las disposiciones de Derecho internacional enumeradas en el anexo V LCSP.*

*Asimismo, las ofertas que, de acuerdo con el pliego, puedan ser consideradas anormales o desproporcionadas, serán excluidas si, en el trámite de audiencia, se evidencia que los salarios considerados a la oferta son inferiores a lo que*

*establece el convenio de aplicación.*

*En caso de empate entre diversos licitadores se aplicará lo dispuesto en el artículo 147 apartado 2 de la LCSP.”*

**Tercero.** El resumen de la lectura del contenido del sobre 3 tras su apertura fue el siguiente:

EMPRESA	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	I.V.A. (21%)	PRECIO TOTAL CON IVA
ADSPLANNING S.L.	126.000,00.-€	26.460,00.-€	152.460,00.-€
FIRMA BRAND COMUNICATION, S.L.	160.000,00.-€	33.600,00.-€	193.600,00.-€

De la lectura de las ofertas presentadas, la Mesa de Contratación advirtió que, de acuerdo con lo establecido en la cláusula I.2 del cuadro de características del PCP, la oferta económica presentada por el operador económico ADSPLANNING, S.L. (esto es, por un importe de 126.000,00.-€, IVA excluido) (en adelante, “**ADSPLANNING**”) se encontraba incursa en baja presuntamente anormal, dado que su oferta económica suponía un porcentaje de descuento de más del 10% (siendo que la oferta debería haber presentado un descuento de, como máximo, hasta los 128.700,00.-€).

Por ello, de acuerdo con lo previsto en el art. 149 de la LCSP y la cláusula 22.2 del PCP, en fecha 21 de octubre de 2024, se remitió a ADSPLANNING un requerimiento claro y detallado, especificando la información que se esperaba recibir del licitador, otorgándole a la empresa un plazo de tres (3) días hábiles para que enviara una justificación sobre la viabilidad de su oferta económica y el desglose, de manera razonada y detallada, del bajo nivel de precios de su propuesta, mediante la presentación de cuanta información o documentación se estimara oportuna.

**Quinto.** El 24 de octubre de 2024, dentro del plazo establecido, ADSPLANNING presentó la justificación de su oferta económica, conforme a los términos expuestos y evaluados en el presente informe.

## II. VALORACIÓN DE LA JUSTIFICACIÓN APORTADA

Revisada la justificación proporcionada por el operador económico ADSPLANNING y tras un análisis detallado de su contenido y la documentación presentada, este equipo de valoración técnica observa y advierte de lo siguiente:

#### a) Insuficiente justificación en la asignación y distribución de costes laborales

El desglose presentado por ADSPLANNING incluye una partida de costes laborales de [REDACTED], asignada a perfiles profesionales que, según los pliegos que rigen esta licitación, deben contar con un alto grado de cualificación y dedicación específica al contrato. Sin embargo, el informe de justificación del valor de la oferta no detalla adecuadamente cómo estos costes se corresponden con las necesidades y dedicación del proyecto. ADSPLANNING justifica el ahorro en mano de obra mediante la implementación de tecnologías de automatización, afirmando una reducción del [REDACTED] en horas de trabajo, pero sin detallar cómo este ahorro afecta el precio final ni especificar el coste efectivo de cada hora de trabajo para cada perfil profesional asignado. Esta falta de concreción, teniendo en cuenta que se trata de un contrato con mano de obra intensiva, no permite concluir que el valor de la oferta pueda atender de forma efectiva y con los niveles de calidad exigidos en la licitación, las obligaciones previstas en el contrato.

Además, el coste promedio por hora propuesto de [REDACTED] es genérico y no se desglosa en función de la dedicación por especialista o categoría de los trabajadores adscritos al proyecto, impidiendo que el órgano de contratación pueda determinar si los costes asignados podrán atender de forma efectiva y en las condiciones de calidad exigidas en la licitación los servicios exigidos.

Desde una perspectiva de contratación pública, es fundamental que las ofertas sean económicamente onerosas, es decir, que presenten una contraprestación económica adecuada para la prestación del servicio. Una oferta cuyos precios sean excesivamente bajos o que no cubran los costes esenciales de los servicios y salarios comprometidos puede carecer de viabilidad real. La falta de onerosidad afecta la estabilidad y calidad del servicio ofrecido y puede derivar en incumplimientos contractuales.

En relación con los descuentos propuestos, analizados en el marco del contrato, atendiendo a la globalidad de la oferta presentada y especialmente al riesgo en relación con los costes laborales asumidos en la ejecución de este, de acuerdo con la justificación aportada por el licitador, no aseguran poder dar cumplimiento a las condiciones del contrato, en las condiciones y garantías exigidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. Dado que estos rápeles están sujetos a condiciones específicas (como el volumen de inversión y requisitos de costes mínimos por impresión), la disponibilidad de los fondos necesarios puede afectar a las obligaciones laborales derivadas de la ejecución del contrato.

b) Descuentos en medios (rappels) y falta de justificación en el cálculo de los costes de inversión en medios

ADSPLANNING justifica la aplicación de un descuento de rappel [REDACTED] sobre la inversión publicitaria total, argumentando su capacidad de negociación por la inversión acumulada en años recientes. Sin embargo, se trata de un valor incierto no seguro, que aporta un riesgo innecesario a la ejecución del contrato y que puede afectar y hacer peligrar la estabilidad de las obligaciones del contrato.

En este sentido, y únicamente a efectos meramente informativos, un rappel de la magnitud propuesta por el licitador [REDACTED] para un importe de inversión de 126.000.-€ resulta completamente atípico en el mercado publicitario español. Las agencias de medios con los mayores volúmenes de inversión en España, incluyendo aquellas del Big Six, suelen obtener descuentos de 2-3% para valores significativamente superiores. La pretensión de ADSPLANNING de aplicar un rappel [REDACTED] presenta un elevado riesgo para el contrato, sin que el licitador haya aportado una seguridad que permita determinar que, en caso de resultar adjudicatario, el contrato se podrá ejecutar en los términos y condiciones de calidad exigidos.

Por otro lado, ADSPLANNING ha presentado tres (3) anexos [REDACTED] como evidencia de acuerdos de descuento, pero cada uno de estos contratos se limita a plataformas programáticas de gestión de medios digitales (que parecen incluir, según el plan presentado, el vídeo online, display y publicidad nativa), no incluyendo todos los medios del plan de medios de la agencia (exterior, audio online, redes sociales y negociaciones con otros medios específicos). Los descuentos presentados en estos acuerdos son elevados para inversiones en las plataformas particulares, pero no encajan en canales adicionales, los cuales son necesarios para cumplir con la variedad de medios y formatos exigidos en el proyecto del evento Talent Arena 2025.

Cabe añadir que estos acuerdos de descuento presentan condiciones que añaden limitaciones al acceso a los rappels máximos. [REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED] Este tipo de restricciones son incompatibles con la inversión en medios fragmentada que plantea ADSPLANNING, con el riesgo de la fluctuación del CPM en los distintos segmentos, impidiendo así obtener el rappel máximo prometido. Esta condición específica ejemplifica las limitaciones reales en el cálculo de descuentos máximos que plantea ADSPLANNING y añade un elevado riesgo e incertidumbre en la capacidad de la agencia para cumplir con la estructura de costes proyectada en su oferta. Además, este modelo de trabajo tiene el riesgo de influir en la planificación de medios, siendo que las decisiones puedan ser adoptadas no solo hacia la

consecución de los objetivos previstos, sino también hacia el cumplimiento de condiciones necesarias para alcanzar determinados descuentos.

**Nota adicional:** Ninguna de las plataformas presentadas por el licitador en esta justificación [REDACTED] fue mencionada en el apartado “Herramientas” del plan de medios presentado en su oferta. La omisión de estas plataformas, clave en la estrategia de herramientas, indica una falta de alineación y planificación adecuada en la ejecución del plan de medios.

**c) Incongruencia en la modalidad de inversión en medios y limitaciones para alcanzar los objetivos del proyecto**

De acuerdo con el plan de medios presentado por ADSPLANNING, la inversión en medios se plantea como una campaña escalonada, distribuida en paquetes pequeños a lo largo de cuatro (4) meses. Esta modalidad de inversión en fracciones relativamente reducidas contradice el argumento que esgrime ahora el licitador, de obtener descuentos significativos (rápeles) por volumen, dado que este tipo de acuerdos comerciales se aplican exclusivamente a grandes inversiones realizadas de forma continuada y en bloque, y no a campañas fragmentadas en intervalos de menor envergadura.

Adicionalmente, cabe indicar que los pliegos estipulan, como objetivo a alcanzar, la obtención de, al menos, 20.000 registros cualificados para un evento de talento digital, con un margen máximo de caída del 50% para la conversión de estos registros. La propuesta del licitador, al estar estructurada en pequeños paquetes, comportará que la campaña deba adaptarse y ser rectificada si los resultados intermedios no cumplen con el objetivo de conversión, lo que implica un monitoreo y ajuste constante. Esta condición añade complejidad y riesgo en la gestión de la inversión y reduce aún más la viabilidad de aplicar rápeles elevados, ya que estos descuentos sólo se obtienen en operaciones de mayor volumen acumulado y constancia en la compra de medios, algo incompatible con la estrategia de inversión escalonada que plantea ADSPLANNING.

La falta de congruencia entre la modalidad de inversión escalonada y la obtención de rápeles por volumen compromete, por tanto, la credibilidad de la propuesta, así como su capacidad para cumplir con los objetivos fijados en el contrato. El enfoque de ADSPLANNING no garantiza que la inversión en medios se realice en condiciones óptimas para alcanzar los objetivos del evento, lo que pone en riesgo el cumplimiento del proyecto en los términos exigidos.

### **III. CONSIDERACIONES ADICIONALES**

El presupuesto base de licitación de esta licitación se estableció en DOSCIENTOS CINCO MIL SETECIENTOS EUROS (205.700,00.-€). Esto es, CIENTO SETENTA MIL EUROS

(170.000,00.-€) más la partida de IVA (21%) que es de TREINTA Y CINCO MIL SETECIENTOS EUROS (35.700,00.-€), desglosándose de acuerdo con la siguiente estimación de cada partida que lo conforma:

SERVICIO	INVERSIÓN (*)
Importe neto de inversión publicitaria en canal para Talent Arena 2025	126.000
Servicio de planificación, gestión y optimización del plan de medios, que incluye el servicio de asesoramiento a MWCapital mediante la propuesta de acciones y mejoras que mejoren los indicadores de registro al evento	24.000
Sistema de retribución variable vinculado a la consecución de los objetivos de conversión	Hasta 8.500
Producción, adaptación de materiales de comunicación y creación de piezas asociadas al plan de medios	11.500
	170.000

(\*) Estos importes son IVA excluido y en EUROS.

Tal y como señala la cláusula B.3 del cuadro de características del PCP, que remite al apartado 5 del informe de necesidad, en relación con la justificación del precio del contrato, se establece que, en relación con las cuatro (4) partidas que integran el presupuesto (y según el desglose que consta en el cuadro anterior), los licitadores, en la presentación de su oferta económica, debían tener en cuenta las siguientes condiciones:

- a) La partida correspondiente al “importe neto de inversión publicitaria en canal para Talent Arena 2025”, por importe de 126.000.-€, no podrá ser ofertada a la baja, no obstante, formará parte del precio del contrato.
- b) La partida correspondiente al “Sistema de retribución variable vinculado a la consecución de los objetivos de conversión” no será objeto de oferta por parte de los licitadores, pero formará parte del precio del contrato, como importe máximo a percibir por parte del adjudicatario, siempre que se cumplan con todos los requisitos previstos para obtener la retribución variable indicada. Como máximo el adjudicatario podrá percibir un total de 8.500.-€, en concepto de retribución variable, de acuerdo con lo establecido en el pliego de prescripciones técnicas.
- c) Los licitadores presentarán una oferta económica a la baja respecto el precio global de las otras dos (2) partidas; es decir, deberán presentar una oferta a la baja respecto el total máximo de 35.500.-€ (antes de IVA), por los conceptos conjuntos y globales de “Servicio de planificación, gestión y optimización del plan de medios” y “Producción, adaptación de materiales de comunicación y creación de piezas asociadas al plan de medios”.

En resumen, se establecía que el precio del contrato será el que corresponda a la suma de los siguientes importes:

- 126.000.-€ (inversión)
- Máximo 8.500.-€ (retribución variable)
- Oferta a la baja presentada por el licitador, inferior a 35.500.-€

En atención a lo anterior, se señala que la oferta de los licitadores debía ser de, como mínimo:

- 126.000.-€ (antes de IVA), correspondiente a la inversión publicitaria de obligado cumplimiento (importe no objeto de baja económica, por tanto, no ofertable)
- hasta 8.500.-€ correspondiente al importe máximo a percibir por el adjudicatario de acuerdo con las condiciones arriba descritas
- el importe ofertado a la baja por el licitador, respecto el total máximo de 35.500.-€ (antes de IVA)

Dicho lo anterior, el resumen de la oferta económica de ADSPLANNING es el siguiente:

EMPRESA	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	I.V.A. (21%)	PRECIO TOTAL CON IVA
ADSPLANNING S.L.	126.000.-€	26.460.-€	152.460.-€

De la revisión de la oferta presentada por este licitador, con independencia de haber incurrido en valores anormalmente bajos o desproporcionados, se aprecia un grave incumplimiento de las condiciones de la licitación, en relación con la oferta económica.

La oferta económica presentada por el licitador asciende a 126.000 € (antes de IVA), no contemplando ningún importe más.

Por ello, se incumplen gravemente las condiciones previstas en la licitación, de acuerdo con los motivos que se detallan a continuación:

El precio del contrato debe estar integrado por las partidas (antes de IVA) (las dos últimas, unificadas en conjunto) que se indican a continuación:

- a. 126.000 €: importe fijo para destinar a inversión (no es posible ofertarlo a la baja).
- b. Retribución variable (hasta un máximo de 8.500 €), no siendo posible ofertarlo a la baja.
- c. Servicio de planificación, gestión y optimización del plan de medios + servicio de producción, adaptación de materiales de comunicación y creación de piezas asociadas

al plan de medios: importe máximo de 35.500 € (los licitadores debían presentar una oferta a la baja).

La oferta del licitador es de 126.000.-€, por lo que incumple absolutamente las condiciones de la licitación, ya que únicamente puede atender a la primera partida (inversión, que no puede ser objeto de baja) dejando a cero los otros precios.

La oferta relativa a las partidas indicadas en el punto c. se han ofertado a cero euros. En este sentido, no puede ser admitida una oferta que no sólo incumple las condiciones previstas en la licitación para realizar la oferta económica, sino que presupuesta sus servicios de forma gratuita. La prestación de servicios a cero no sólo incumple con las normas reguladoras de la licitación, sino que vulnera la LCSP, teniendo en cuenta que en la prestación de servicios no se cumplirán con las obligaciones previstas en el convenio regulador correspondiente, ya que se prestarán servicios sin coste, gratuitos; actuación expresamente prohibida en contratación pública.

Visto lo anterior, además de todo lo analizado en relación con la justificación de la presunta temeridad de la oferta de ADSPLANNING, debemos tener en cuenta que ésta habría presentado una oferta de 0.-€ por los servicios indicados.

Una oferta con un precio de cero es inviable e imposible de cumplir, y que vulnera la normativa de contratación pública y la normativa laboral aplicable a la prestación de los servicios. La LCSP establece que las ofertas deben ser viables, económicamente sustentables y que el adjudicatario debe ser capaz de ejecutar el contrato de acuerdo con las condiciones establecidas sin incurrir en pérdidas económicas y, en todo caso, en cumplimiento de los requerimientos previstos en el pliego regulador de la licitación.

La presentación de ofertas a "precio cero" o "precio simbólico" debe conllevar la exclusión del licitador, por no cubrir los costes básicos de la ejecución del contrato, ya que una oferta de este tipo no puede asegurarse su viabilidad ni el cumplimiento de los requisitos técnicos del contrato, ni las obligaciones laborales asociadas al mismo.

La presentación de esta oferta a precio cero, además, debe considerarse contraria a los principios de transparencia, igualdad y libre competencia recogidos en el artículo 1 de la LCSP, ya que puede ser interpretada como una maniobra anticompetitiva, generando una ventaja desleal frente a los otros licitadores. Una oferta de 0.-€ no solo es insostenible, sino que también pone en riesgo la igualdad de trato y distorsiona el proceso competitivo.

#### IV. CONCLUSIONES

La documentación aportada por la empresa ADSPLANNING no justifica el bajo valor de la oferta, no acreditando el cumplimiento efectivo de las obligaciones del contrato y de los costes asociados a su ejecución.

Por ello, la oferta presentada por el licitador es anormalmente baja, no quedando justificado su valor en el marco de las obligaciones del contrato.

La oferta de ADSPLANNING presenta deficiencias significativas que justifican su exclusión en esta licitación; y, en concreto, como resumen de lo más arriba expuesto:

- La justificación de costes laborales no se adecúa a la previsión de los trabajos previstos en el contrato. La agencia no detalla cómo el ahorro [REDACTED] en mano de obra por automatización impacta en el precio final.
- No queda acreditado el valor de la oferta, en relación con los costes asociados a la prestación del servicio, impactando en la onerosidad de la oferta; aspecto esencial para garantizar un servicio sostenible y evitar riesgos contractuales.
- El cálculo de los rápeles se basa en descuentos atípicos y con condiciones difíciles de alcanzar para una inversión en medios fragmentada. ADSPLANNING apoya su propuesta en acuerdos con plataformas, pero cada una impone restricciones que limitan el acceso al descuento máximo. Además, estas plataformas no abarcan varios de los formatos incluidos en el plan de medios y no son mencionadas en la sección de “Herramientas” del plan, lo cual cuestiona la coherencia entre la propuesta de medios y las capacidades reales de las plataformas.
- La inversión fragmentada en paquetes pequeños durante cuatro (4) meses es incompatible con la obtención de rápeles significativos, que requieren grandes volúmenes continuos. Esta estructura de inversión añade incertidumbre y riesgo y complica el cumplimiento de los objetivos, al requerir ajustes frecuentes según el rendimiento de cada fase.
- Adicionalmente, cabe indicar que la oferta económica presentada por el licitador incumple gravemente las condiciones de la licitación y del contrato. En la oferta económica no consta importe destinado a los servicios necesarios exigidos en el contrato, por lo que ha de considerarse que estos servicios se prestarán a un coste cero. Esta oferta contraviene los principios reguladores de la contratación pública, del pliego y las condiciones laborales mínimas que deben salvaguardarse en contratos de prestación de servicios.

- Debe añadirse que la viabilidad económica de una oferta es un elemento fundamental para garantizar el éxito del contrato, así como su adecuación a las condiciones técnicas exigidas en la licitación. La presentación de una oferta gratuita o simbólica es inconsistente con estos principios, ya que no ofrece garantías de que el contratista pueda ejecutar sus obligaciones contractuales sin incurrir en pérdidas o deficiencias, siendo, además, contraria a la LCSP.

De acuerdo con lo anterior, SE CONCLUYE:

1. Que el licitador no ha justificado el bajo precio de su oferta, en relación con el cumplimiento de las condiciones del contrato.
2. Que debe rechazarse la oferta, ya que incumple con las obligaciones exigidas en el pliego regulador de la licitación, en relación con la oferta relativa a los servicios, en este sentido, una oferta a precio cero no puede ser admitida y debe ser considerada económicamente insostenible y contraria a los principios de contratación pública y no garantizar la correcta ejecución del contrato.
3. Que se propone la exclusión de la oferta presentada por la empresa ADSPLANNING por contener valores anormalmente desproporcionados y considerarse, asimismo, contraria a las condiciones exigidas en la licitación e inviable desde un punto de vista económico y contraria a los principios de la LCSP.

En Barcelona, a 8 de noviembre de 2024



---

Marcos Morcate  
Marketing Coordinator de MWCapital



---

Victor Solanas  
Head of Digital Operations de MWCapital