

NOTA DE PRENSA

La CNMC informa sobre la compra centralizada de espacios publicitarios en medios de comunicación para campañas institucionales

- La contratación de la publicidad institucional en los medios de comunicación generalmente la gestionan empresas especializadas (agencias de medios).
- La CNMC recomienda que los Pliegos incorporen una mención a la definición de prácticas anticompetitivas en la contratación pública.
- Además, aconseja sistemas dinámicos de contratación, no limitar el número de entrantes al Acuerdo Marco y modificar alguno de los criterios de solvencia y adjudicación.

Madrid, 28 de julio de 2017- La CNMC, a solicitud del Ministerio de Hacienda y Función Pública, ha analizado los Pliegos del Acuerdo Marco para la contratación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación que son necesarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional. ([INF/CNMC/096/17](#))

La gestión de estos espacios y la difusión de las campañas gubernamentales se suele encomendar a agencias de medios, encargadas de asegurar que el mensaje publicitario llegue a la audiencia adecuada, en el lugar y en el momento apropiado, y con el menor coste posible para el anunciante.

[El Acuerdo Marco](#) para la contratación de este tipo de publicidad, analizado por la CNMC, incluye las características del contrato exigidas a las agencias. Entre otras, la estrategia y planificación de la compra de espacios en medios de comunicación, su contratación, el asesoramiento y apoyo en el desarrollo de las campañas así como su seguimiento y control.

Desde el punto de vista de la competencia en los mercados y de la regulación económica eficiente, se realizan las siguientes recomendaciones:

- *Mayor justificación del empleo del Acuerdo Marco como técnica de racionalización de la contratación.* Se insiste en la necesidad de utilizar progresivamente Sistemas Dinámicos de Contratación frente a los Acuerdos Marco, dado que a diferencia de los primeros, éstos cierran el mercado durante el tiempo que están vigentes.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

- *Mayor información en la memoria justificativa.* Se insta a reforzar la informatización de los datos incluidos en los expedientes, con el fin de explotar y analizar las estadísticas para la búsqueda de soluciones más eficientes a la hora de diseñar las licitaciones. También sería conveniente elaborar una memoria más exhaustiva, que incluya los datos más relevantes de la anterior licitación y de los problemas de su ejecución.
- *Limitación del número de entrantes al Acuerdo Marco.* No debe imponerse un límite de entrantes, ya que la finalidad de la licitación es aprovechar las economías de escala y obtener un catálogo lo más variado posible de oferentes. Si éste se mantuviera, se recomienda que las ofertas provengan de grupos empresariales diferentes.
- *Criterios de solvencia económica y técnica.* Se recomienda fundamentar el aumento de solvencia económica que se exige, ya que este requisito cobra mayor importancia respecto al Acuerdo Marco Anterior.
- *Criterios de adjudicación.* Es aconsejable una adecuada justificación de la ponderación de los criterios de valoración. Además, la vaguedad en la ponderación de los parámetros no evaluables mediante fórmulas aumenta el grado de discrecionalidad y debería por tanto revisarse.
- *Minimizar el riesgo de comportamientos colusorios.* La CNMC recomienda que los Pliegos mencionen la definición de prácticas anticompetitivas en la contratación pública y las consecuencias derivadas de las mismas. Cabe recordar que la CNMC ha incoado un [expediente sancionador contra algunas de las empresas adjudicatarias del Acuerdo Marco vigente por posibles prácticas restrictivas de la competencia](#).

La CNMC es la autoridad administrativa independiente reguladora de los mercados y que garantiza y promueve una competencia efectiva. Este informe se emite a solicitud del Ministerio de Hacienda y Función Pública, en ejercicio de las competencias consultivas de la CNMC en aplicación del artículo 5.2.a) de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

[\(INF/CNMC/096/17\)](#)

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.