

NOTA DE PRENSA

La CNMC abre una consulta pública sobre las alternativas a la contratación pública: convenios y medios propios

- En paralelo, el próximo día 11, expertos en la materia debatirán sobre el tema durante una [jornada](#) organizada por la Comisión.
- La contratación pública es esencial para impulsar la competencia y la eficiencia entre las empresas.
- La CNMC cuenta con la [Guía de Contratación Pública y Competencia](#) cuyo contenido se está actualizando por fases.
- Hasta el 25 de junio cualquier interesado podrá responder a la consulta pública abierta sobre la cuestión.

Madrid, 01 de junio de 2021.- El [Plan de actuaciones de la CNMC 2021/2022](#) recoge la actualización de la [Guía sobre Contratación pública y Competencia](#) (2011). Este trabajo se ha planteado en distintas fases que se corresponden con las diferentes etapas que utilizan las administraciones cuando acuden a aprovisionarse: planificación, alternativas a la contratación, preparación y diseño de la licitación, procedimiento de adjudicación, ejecución y evaluación.

A finales de 2020, la CNMC aprobó la [Fase I de la actualización de la Guía de Contratación Pública y Competencia](#) centrada en la [Planificación de la contratación pública](#) como herramienta para garantizar la eficiencia y la competencia en el aprovisionamiento.

Una vez cerrada esta primera fase, la CNMC está centrada en la segunda, cuyo objetivo es abordar **la utilización de figuras alternativas a los contratos públicos: los convenios y los encargos a medios propios.**

Las posibles distorsiones sobre la competencia que pueden aparecer son: por un lado, una limitación del acceso de operadores al aprovisionamiento de bienes y servicios a la Administración Pública, que puede conducir a una menor eficiencia en dicho aprovisionamiento y a la expulsión del mercado de tales operadores alternativos, sobre todo cuando dichas figuras se utilizan de forma amplia, recurrente o sistemática; por otro, la creación de ventajas a favor de los operadores que suscriben los convenios o reciben los encargos que les pueden permitir ser más eficaces que sus rivales en otros mercados, y que también pueden tener un efecto expulsión sobre estos últimos.

Para un aprovechamiento efectivo de esta etapa de análisis, siguiendo el modelo de la primera fase ya reseñada, la CNMC va a organizar dos actividades relacionadas con el objeto señalado: la **celebración de una [jornada](#) y el lanzamiento de una [consulta pública](#).**

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Jornada sobre convenios y medios propios

El próximo 11 de junio, la CNMC celebrará una [Jornada sobre “**Convenios y medios propios bajo el prisma de la promoción de la competencia**”](#). En ella se pretende analizar el marco de regulación vigente y ofrecer orientaciones generales sobre **cuándo la elección de mecanismos distintos a los contratos públicos puede distorsionar la competencia y cómo se puede hacer un uso adecuado de estas figuras desde la óptica de promoción de la competencia**.

Con este evento la CNMC pretende generar un debate entre los expertos y principales actores relacionados con estas figuras gracias a la participación de representantes de la Comisión Europea, academia, Administración Pública y sector privado. Toda la información sobre la [jornada y el formulario de inscripción para seguirla online puede consultarse en la web de la CNMC](#).

Consulta pública sobre convenios y medios propios

De igual modo, la CNMC pretende conocer la opinión de los agentes interesados en la materia (reguladores y gestores públicos, responsables de compras públicas y privadas, empresas, academia y ciudadanos) a través de la apertura de una consulta pública. Permanecerá abierta hasta el **25 junio** y [está disponible en el siguiente enlace](#).

La CNMC es el organismo independiente regulador de los mercados que garantiza y promueve una competencia efectiva. En virtud de lo dispuesto en el apartado primero del artículo 5 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC, tiene entre sus funciones la promoción de una competencia efectiva en los mercados mediante, entre otros, la realización de estudios y trabajos de investigación en materia de competencia, así como informes generales sobre sectores económicos.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.