



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/3980 a 184/3982

16/11/2016

8433 a 8435

AUTOR/A: HURTADO ZURERA, Antonio (GS)

RESPUESTA:

En relación con los aspectos del Informe de Fiscalización del Tribunal de Cuentas por los que se interesan las iniciativas de referencia, se pone de manifiesto que las Alegaciones presentadas por la Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado (SELAE), se encuentran ya recogidas en el propio informe mencionado anteriormente y que tuvo entrada en el Congreso de los Diputados el 07/11/2016, a las 11,26 horas, con el nº de registro 7698.

No obstante, dichas alegaciones se reflejan a continuación:

1. En el apartado III. CONCLUSIONES. A. el punto decimoquinto señala:

“SEVALAE se constituyó el 4 de mayo de 2011 y su objeto social principal consistía en la gestión, adquisición, tenencia, administración y enajenación de las acciones de SELAE, convirtiéndose en la matriz de esta. Antes de la constitución de SEVALAE, SELAE tramitó la licitación del expediente 101/11 con cargo al que se contrató la creatividad y producción de la campaña de la OPV de sus acciones, por un importe de 2.347 miles de euros; el objeto de este expediente era la creatividad y producción y la gestión de los medios de las campañas de publicidad, tanto de juegos como de acciones institucionales de SELAE, entre las que se incluía la OPV.

La contratación de la gestión de medios de la campaña de la OPV la llevó a cabo SEVALAE a través de su expediente 7/11, que se ejecutó por un total de 5.077 miles de euros. La oferta de la adjudicataria del expediente 101/11 preveía una comisión del 5,5% por la inversión en medios con cargo a este expediente, el importe de la comisión cargado al expediente fue el resultado de aplicar la comisión tanto a la inversión en medios incluida en el expediente 101/11 de SELAE como a la del expediente 7/11 de SEVALAE. Ello condujo a que se abonaran por SELAE a la adjudicataria del contrato 101/11 conceptos no previstos en contrato por importe de 279 miles.”

Efectivamente, sobre el expediente 101/2011 de SELAE se ejecutó, dentro de las acciones de carácter institucional, la creatividad y producción de la oferta pública de venta de las acciones de SELAE, previstas para el otoño de 2011. La oferta de la adjudicataria del expediente 101/11 contemplaba una comisión del 5,5% sobre el importe de la producción, la creatividad y la inversión en medios del contrato. La inversión en medios, finalmente, se ejecutó sobre el expediente 07/11 de la recién creada SEVALAE. Revisadas las facturas apuntadas por el Tribunal de Cuentas, se ha podido comprobar que el concepto con el que figuran es erróneo, ya que realmente los servicios facturados son correctos y corresponden al pago a la agencia por las labores de creación urgente de la campaña de



comunicación, asesoramiento y la propuesta de todas las piezas de la campaña referentes a la OPV, etc., pago que se fija mediante una comisión sobre la producción y la inversión en medios.

Además de lo anterior, conviene aclarar que los servicios contratados bajo el expediente 101/11 son los servicios plenos de una empresa de publicidad para crear y aplicar [...] un Plan de Comunicación de juegos activos y otras acciones de carácter institucional. Bajo el contrato el adjudicatario podía potencialmente prestar servicios plenos, esto es, tanto de estrategia, creatividad, producción como difusión de campañas en medios de comunicación, si bien SELAE no tenía obligación de contratar todos o alguno de ellos con dicha agencia.

Lo anterior, condiciona la forma de remuneración prevista en el contrato y que se deriva de su licitación como procedimiento abierto. En particular, el sistema de retribución bajo el contrato consistía en la fijación de una remuneración determinable (no determinada) equivalente a un% sobre cualquier gasto de las campañas ejecutadas bajo el contrato. Dichos gastos pueden ser gastos de la propia adjudicataria o de terceros, tal y como establece el apartado 5 de la sección segunda del pliego de condiciones.

No se entra a valorar ahora la idoneidad de la forma de fijación de la remuneración de la agencia de publicidad en este concreto pliego. Podría haberse determinado un importe fijo a tanto alzado por los servicios (como se ha hecho en otras ocasiones para la parte relativa a la creatividad y producción) o incluso haberse fijado un precio / hora de trabajo como se hace en otros pliegos de otro tipo de servicios, pero no fueron esas las opciones elegidas en el pliego.

Por tanto, la agencia no cobra un importe por número de horas de trabajo concreto y efectivo, sino que en un ejercicio de abstracción a priori de lo que podrían ser las campañas bajo el contrato y el volumen de trabajo a generar, la agencia fijó un % de comisión en su oferta como remuneración a tanto alzado, asumiendo un riesgo empresarial dada la incertidumbre del importe sobre el que se aplicará (esto es, dado que SELAE decide las campañas y los costes y gastos en que incurre en ejecución de la campaña, la agencia no tiene una seguridad del importe que finalmente percibirá).

Dicha estimación y remuneración, además, se fija para la globalidad del pliego, no para cada servicio concreto bajo el contrato. En el pliego únicamente se establece que se facturarán de forma específica los gastos de producción. Los demás conceptos, algunos de ellos muy relevantes económicamente como puede ser la creatividad de la campaña, deben entenderse remunerados a tanto alzado mediante la comisión de agencia que, como ya se ha comentado, se fija como porcentaje de todos los costes de derivados de la ejecución de las campañas que son objeto del contrato.

2. En el apartado III. CONCLUSIONES. A. el punto decimocuarto señala:

“En el Expediente 7/11 de SEVALAE se aplicaron menores descuentos a los ofertados por la agencia adjudicataria, lo que supuso un mayor coste total de 600 miles de euros, no quedando constancia de su justificación en el expediente. (APARTADO II.3).”

Como no se especifica en el texto a qué facturas o a qué medios se refiere, se han revisado todas las facturas del plan de comunicación del expediente 7/11 y como consecuencia de la misma, se indica lo siguiente:

En el medio Exterior todos los descuentos son correctos con los comprometidos en los pliegos, incluso alguno es superior.





En el medio Radio, todos los descuentos son correctos con los comprometidos en los pliegos.

En el medio Online-Internet, todos los descuentos son correctos con los comprometidos en los pliegos.

En el medio Prensa, todos los descuentos son correctos con los comprometidos en los pliegos.

En el medio Televisión, todos los descuentos son correctos con los comprometidos en los pliegos, excepto los correspondientes a Publiespaña (Tele 5, Cuatro, Tele5 Canarias), debido a que la publicidad emitida en estas cadenas no era la convencional, sino que se trataba de publicidad negociada (con unos niveles de descuentos distintos) para conseguir un tratamiento cualitativo por encima de los estándares (mejor posicionamiento en los bloques de anuncios, cortes exclusivos en el programa o emisión de un único spot, etc.). Se adjunta escaneada el Acta de Reunión mantenida con la agencia, en la que se aprueba este tipo de publicidad negociada. También se adjunta escrito de Publiespaña, confirmando la diferencia entre estos tipos de publicidad. Estos dos documentos están unidos a todos los demás de las correspondientes facturas.

Tampoco los descuentos aplicados en Antena 3 y La Sexta son los comprometidos en los pliegos, en este caso son superiores (en Antena 3 en lugar del 88% se aplica un 89% y en La Sexta en lugar del 90% se aplica un 92%). También se adjunta escaneado escrito de la agencia confirmando estos datos.

3. Las cuestiones planteadas en la iniciativa 184/8435 están relacionadas con la conclusión cuarta del informe de fiscalización que se refiere al ahorro de costes que se hubiera podido obtener en caso de haber licitado de forma separada la creatividad y la gestión de medios en tres expedientes (101/11, 281/13 y 284/13), indicando que de haberse licitado de forma separada, la adjudicataria hubiera sido otra, lo que hubiera supuesto un menor coste estimado de 5.353, 11.274 y 3.136 miles de euros, respectivamente.

SELAE no estando de acuerdo con dicha conclusión presentó en su día, alegaciones al anteproyecto de Informe de Fiscalización de la contratación más relevante de servicios de publicidad formalizada por las entidades del sector público empresarial estatal en los ejercicios 2011, 2012 y 2013, las cuales no han sido aceptadas. Dichas alegaciones forman parte integrante del informe de fiscalización que está publicado en la web del órgano de control externo.

En todo caso, ha de tenerse en cuenta que lo que el informe en su redacción final establece no es la existencia de una irregularidad como señala la iniciativa sino la existencia de un riesgo de desviarse del principio de la oferta económicamente más ventajosa que sustenta una contratación pública eficiente.

Madrid, 23 de enero de 2017