



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/15082

12/07/2017

42646

AUTOR/A: PASCUAL PEÑA, Sergio (GCUP-ECP-EM)

RESPUESTA:

En relación con la información que interesa a Su Señoría cabe señalar que, en el momento de la licitación de los contratos, la sociedad COMFERSA se encontraba en proceso de extinción, al estar incluida en el Plan de Reestructuración del Sector Empresarial Público aprobado por el Consejo de Ministros del 16 de marzo de 2012, por lo que no podía seguir siendo la gestora tanto de los aparcamientos como de los espacios publicitarios.

En relación con los aparcamientos y puesto que dicha sociedad no podía seguir explotando los aparcamientos, ubicados en las estaciones de ADIF, se puso en marcha un concurso público para su adjudicación a una empresa especializada.

La adjudicación del contrato para la gestión y explotación de 22.000 plazas de aparcamiento en 51 estaciones de la red ferroviaria se hizo en concurso público abierto, por un período medio de diez años, tal y como se informó oportunamente en nota de prensa de 20 de diciembre de 2013.

Con carácter previo a la licitación, se encargaron dos estudios, uno a una consultora pública y otro a una empresa privada para averiguar el precio de mercado de este servicio, tanto en aquel momento como en el corto y medio plazo, teniendo en cuenta diferentes escenarios económicos (pesimista, medio y optimista). El objetivo de dicho estudio era determinar el precio de partida más adecuado para la correspondiente licitación.

Finalmente, el concurso planteó unos precios de salida superiores a lo estimado inicialmente por las consultoras en el mejor de los escenarios contemplados. Este importe fue superado y mejorado ampliamente en la adjudicación del mismo a la sociedad Saba Park, que contempla la explotación de los aparcamientos por un importe global de 140,8 millones de euros (IVA no incluido), además de una serie de importantes inversiones de modernización y unidad de gestión de los aparcamientos que revertirán en ADIF a la finalización del contrato. El importe total de la adjudicación fue de 140.760.000 euros.



El total de los ingresos previstos en el concurso se hizo efectivo a la firma del contrato, lo que supone una reducción de los costes financieros y de las incertidumbres que podría generar la evolución del mercado a lo largo del período de adjudicación.

Por ello, no se pueden comparar los datos económicos anteriores y los actuales, ya que representan dos realidades completamente distintas y válidas cada una en su momento.

En cuanto a la gestión de los espacios publicitarios, se está ante el mismo caso, con la diferencia de que el contrato se adjudicó a la Unión Temporal de Empresas (UTE) Telson Impursa, en el Consejo de Administración del 11 de febrero de 2015, tras un procedimiento negociado con publicidad, con una renta mínima garantizada para el periodo de 7 años de 46.584.268,17 euros. Esta UTE ofertó una renta variable del 60%.

Al igual que en el caso anterior, con carácter previo a la licitación, se encargaron dos Estudios, uno a una consultora pública y otro a una empresa privada para averiguar el precio de mercado de esta actividad, teniendo en cuenta diferentes escenarios económicos (pesimista, medio y optimista). El objetivo de dicho estudio era determinar el precio de partida más adecuado para la correspondiente licitación.

En este caso, en el Pliego de Prescripciones Técnicas, que forma parte del contrato recoge los términos y condiciones en los que se pueden hacer uso de los elementos publicitarios por parte de ADIF.

Madrid, 05 de octubre de 2017

