



Este documento se ha obtenido directamente del original, que contenía todas las firmas auténticas, y se han ocultado los datos personales y los códigos que permitían acceder al original.

Exp.: A/CSP-045045/2025

INFORME RELATIVO A LAS ALEGACIONES PRESENTADAS POR LAS EMPRESAS “EASY VENDING SLU” Y “DISTRIBUIDORES AUTOMÁTICOS VENDING S.L.” EN RELACIÓN A LA LICITACIÓN DEL CONTRATO DE CONCESIÓN DE SERVICIOS DENOMINADO “MÁQUINAS DISPENSADORAS DE VENDING PARA LA SEDE ADMINISTRATIVA DE LA CONSEJERÍA DE DIGITALIZACIÓN DE LA CALLE EMBAJADORES NÚMERO 181 DE MADRID”

Con fecha 21 de febrero de 2025 se publicó la convocatoria del contrato de concesión de servicios denominado “Máquinas dispensadoras de vending para la sede administrativa de la Consejería de Digitalización de la Calle Embajadores 181 de Madrid”, con un presupuesto de gasto de 0,00 euros.

Con fecha 20 de marzo de 2025, se celebró la primera mesa de contratación en la que se procedió al análisis de la documentación administrativa acreditativa del cumplimiento de los requisitos previos, presentada por los cinco licitadores de dicho contrato, declarándose admitidas todas las empresas que han presentado correctamente la documentación.

Con fecha 26 de marzo de 2025, se celebró la segunda mesa de contratación para proceder a la apertura del SOBRE 2 PROPOSICIÓN ECONÓMICA Y DOCUMENTACIÓN TÉCNICA presentada por los empresarios interesados en la licitación. Una vez analizada la documentación técnica, la mesa procede a comprobar que ninguna de las ofertas incurre en baja desproporcionada o anormalmente conforme a lo previsto en el PCAP. Las bajas se calculan independientemente por cada uno de los 3 grupos: bebidas calientes, bebidas frías y alimentos sólidos. Tras la comprobación se observa que la oferta presentada por los licitadores EASY VENDING, S.L. y DISTRIBUIDORES AUTOMÁTICOS VENDING, S.L., se presumen como anormalmente baja, en cada uno de los grupos, y por parte de la mesa de contratación se acuerda requerir a las mismas para que justifiquen y desglosen razonada y detalladamente el bajo nivel de los precios, o de costes, o cualquier otro parámetro en base al cual se haya definido la anomalía de la oferta, mediante la presentación de aquella información y documentos que resulten pertinentes a estos efectos, en los términos previstos en el art 149.4 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

Justificación del licitador EASY VENDING, S.L.

En la documentación aportada por el licitador, reseña en primer lugar las marcas con las que trabajan para cada uno de los productos, señalándose que la *“empresa solo trabaja con primeras marcas reconocidas por su calidad no solo a nivel nacional, sino también a nivel internacional”*. A modo de resumen estas serían las siguientes:

Bebidas calientes

- El café en grano ofertado pertenece a nuestro propio blend que está desarrollado con una mezcla de cafés de distintos orígenes de calidad superior y tostado y envasado por la Compañía Tupinamba, tostador de reconocido prestigio en el mercado.
- El chocolate ofertado, las infusiones y la leche 100% desnatada son de la empresa Laqtia.

Bebidas frías

- Zumos y batidos marca Don Simón.
- Refrescos, isotónicas, té fríos y agua mineral marca Coca-Cola.

Alimentos sólidos

- Bollería son de las empresas Bimbo, Codan, Dulcesol, Güllon, Cuetara...
- Chocolatinas marca Nestlé, Mars, Ferrero.
- Snack salados y frutos secos de las marcas Matutano, Grefusa, Risy, Borges...
- Sándwiches son de Ñaming y Bocadis.

Continúa argumentando en segundo lugar que *"EASY VENDING es una de las mayores empresas de vending de España, con más de 13.000 máquinas expendedoras instaladas en todo el territorio nacional, lo que nos permite tener acuerdos muy ventajosos, en lo que a precios se refiere, con las diferentes empresas suministradoras de los productos que venden nuestras máquinas"*.

Por último, señalan que *"a la hora de realizar nuestras ofertas realizamos, dada nuestra experiencia, un estudio de los consumos presumibles de cada producto, estableciendo márgenes distintos para cada uno de ellos, en función de la previsión de su consumo y atendiendo a garantizar la rentabilidad del contrato en global, no por productos concretos. Así se ha realizado la oferta en el presente caso, en el que todos los productos ofertados nos garantizan un margen suficiente de rentabilidad, pero con una mayor incidencia en aquellos productos como el café o los refrescos y el agua, que nuestra experiencia nos acredita que son los de mayor consumo"*. Esta última afirmación la refuerza la empresa licitadora transmitiendo los precios de adquisición de los productos más significativos y los márgenes de beneficio que se resumen en la siguiente tabla:

PRODUCTO	PRECIO MED. ADQ (€)	PRECIO CON GG Y BI (€)	PRECIO OFERTADO (€)
Chocolate	0,05	0,06	0,39
Te/infusiones	0,03	0,034	0,39
Café	0,06	0,07	0,39
Café 100% arábica	0,07	0,08	0,44
Bollería	0,36	0,41	0,72
Zumos/Batidos	0,20	0,23	0,40 / 0,44
Refrescos	0,36	0,41	0,69
Bebidas isotónicas	0,43	0,49	0,69
Agua mineral	0,12	0,13	0,35
Bebidas sabor Te	0,42	0,48	0,65
Chocolatinas	0,45	0,51	0,89
Sándwich	0,53	0,61	0,98
Sándwich gourmet	0,84	0,96	1,35
Snack y frutos secos	0,26	0,30	0,69

Con los datos aportados la empresa entiende que *“queda disipada cualquier duda sobre el carácter anormalmente bajo de nuestra oferta, pero en todo caso seguimos a su entera disposición para clarificar cualquier cuestión relativa a nuestra oferta que puedan precisar.*

No aportamos las facturas de compras de los productos a los proveedores dada la obligación de protección de datos y confidencialidad a la que estamos sujetos, en todo caso si consideran que fuera preciso su aportación solicitaríamos la correspondiente autorización a nuestros proveedores para poder aportarlas”

Justificación del licitador DISTRIBUIDORES AUTOMÁTICOS VENDING S.L.

En la contestación aportada por la empresa DISTRIBUIDORES AUTOMÁTICOS VENDING, S.L., además de aportar el cuadro con los precios ofertados, explican los motivos por los que han realizado la oferta, siendo estos los siguientes:

- 1) Su *“experiencia en el sector, con más de 40 años de presencia en España (...), nos permite realizar una estimación de ventas bastante aproximada por tipo de producto y establecer el porcentaje del consumo de cada uno de ellos”,* así como su pertenencia *“al grupo IVS GROUP S.A., compañía de primer nivel internacional en el sector del vending. Hoy en día, nuestro grupo cuenta con más de 300.000 máquinas instaladas, 4.000 empleados y 105 delegaciones, en distintos países (...). Prestamos nuestro servicio, a clientes de todos los sectores productivos y de servicios, tanto para el personal de empresas, instituciones públicas, corporaciones, asociaciones, como para el público y usuarios (venta al público) de aeropuertos, estaciones de tren, hospitales, museos, metro, universidades...”*
- 2) Su volumen de actividad *“permite una optimización en costes, llegamos a acuerdos con nuestros proveedores para compras globales de producto, de la misma forma actuamos, para la contratación de suministros, asesoría, servicios, ... todo ello nos permite obtener una reducción considerable en los costes de explotación, en comparación con empresas de ámbito local, esta ventaja la repercutimos directamente a la reducción de los precios de venta”.*
- 3) Su estrategia comercial se basa en considerar *“la viabilidad de una operación de manera global y no para cada uno de los productos o servicios comercializados. Por ello, dependiendo de la valoración que establezca el Órgano de Contratación para cada producto o categoría de productos, determinamos el precio de venta de cada uno de ellos. La oferta global presentada por nuestra empresa, asegura un margen suficiente para garantizar la calidad del servicio y la viabilidad de la operación”.*

Finalmente, la empresa aporta una relación de medios materiales (nave de almacenamiento, vehículos, etc.) y de servicios con los que cuenta para la ejecución del contrato.

Una vez analizada la documentación aportada por las empresas se concluye lo siguiente:

Ambas empresas plantean precios que les permiten un amplio margen de beneficio en la mayoría de los productos, basando la viabilidad de la oferta en los dos casos, en afrontar la operación de forma global.

Cabe señalar que, aunque ninguna de las dos empresas aporta contrato alguno de los proveedores, la empresa EASY VENDING, S.L., indica los precios de adquisición de los productos y las marcas comerciales de los mismos.

Por último, cabe indicar que este tipo de contrato no supone un desembolso económico para la

Administración, obteniendo las empresas su remuneración de la propia venta de los productos siendo de interés obtener la mayor venta de dichos productos para obtener el volumen necesario para alcanzar la rentabilidad.

Por todo ello, desde esta Unidad Promotora del contrato, se considera suficientemente acreditada la cobertura de los servicios que se pretenden contratar, con las ofertas económicas presentadas por las empresas EASY VENDING, S.L y DISTRIBUIDORES AUTOMÁTICOS VENDING, S.L.

En Madrid, a fecha de la firma.
El Jefe de Área de Asuntos Generales.

Firmado digitalmente por: RUIZ RINCÓN JOSE MARIA
Fecha: 2025.04.22 11:34

Jose Maria Ruiz Rincón