



Preguntas y respuestas

Expediente DMC 681/21: Ejecución de campañas de marketing en los aeropuertos de Aena



En este documento se recogen las diferentes consultas recibidas sobre el presente Expediente “DMC 681/21: Ejecución de campañas de marketing en los aeropuertos de Aena”.

Cualquier pregunta enviada una vez publicado este documento, no será respondida al estar fuera de plazo, tal y como se indica en el apartado 6 del Pliego de Cláusulas Particulares.

1. Presentación de Briefing.

Dada la situación actual, se ha optado por no realizar la explicación del Briefing previa a la presentación de las ofertas, sustituyéndola por este cuadernillo de preguntas y respuestas que se publicará días antes del plazo fijado para la entrega de ofertas.

2. Exposición de la oferta, de forma presencial.

Una vez cerrado el plazo de presentación de las ofertas, se contactará de forma individual con los diferentes licitadores para fijar una fecha y hora y realizar la exposición de las ofertas de forma presencial.

Esta exposición tendrá un tiempo máximo de 60 minutos (50 minutos de presentación y 10 de ruegos y preguntas) y la información no recogida por escrito en la oferta no se tendrá en cuenta.

3. Dudas previas a la presentación de ofertas

Tal y como indica en el punto 6 PCP, la comunicación con los licitadores será por la siguiente vía:

“En el caso de consultas por los licitadores a los pliegos, se deberán realizar hasta 14 días antes del plazo de finalización de presentación de ofertas y se contestarán en un libro conjunto que se publicará 7 días antes del plazo final de presentación de ofertas. Emails de contacto: DSCGI.DPCGI.Marketing@aena.es asunto del email: DMC 1/2021”.

4. Según se indica en el cuadro de características no se limita el número de Lotes a los que una empresa se puede presentar. Y según se indica no se limita el número de Lotes que se pueden ganar. Por tanto, ¿es posible ganar los 2 Lotes?



En este caso, se trata de un expediente por Lotes, y cualquier empresa podrá presentar oferta para ambos Lotes.

Sin embargo, por un error ya subsanado en el Pliego de Cláusulas Particulares, se indicaba que “No se limitaba el número máximo de Lotes que puede adjudicarse a cada licitador”; pero en la nueva actualización se corrige este punto, de modo que los dos Lotes no podrán ser adjudicados a una misma empresa. Aena seleccionará la combinación más económica de las ofertas presentadas a ambos Lotes.

Es decir, habrá un licitador para cada Lote.

- 5. En el punto 17 del Pliego de Cláusulas Particulares se indica que el umbral mínimo de puntuación que se debe obtener en los criterios de Evaluación Técnica, siendo de 80 puntos para cada Lote, pero solo hay Briefing para uno de los Lotes. ¿La adjudicación de cada Lote es independiente? ¿De ser así, que criterios hay para cada uno ellos?**

Como ejercicio creativo general para la evaluación, se ha solicitado un único ejercicio creativo, adaptado a una campaña de Retail, tal y como se detalla en el Briefing aportado en el punto 16 del Pliego de Cláusulas Particulares.

Esta campaña de comunicación servirá para la evaluación global de la oferta, por lo tanto, será la misma oferta para ambos Lotes.

- 6. En el punto 16 II. Campaña Táctica, entendemos que solicitan un caso real llevado a cabo por la agencia y que englobe los requerimientos de campaña mencionados, los cuales son:**
- a) Estrategia: justificación de los objetivos y público objetivo**
 - b) Concepto creativo: Justificación y vinculación a la estrategia**
 - c) Creatividad**
 - d) Acciones llevadas a cabo y plan de comunicación**
 - e) Resultados**

Tal y como se indica en el apartado mencionado, el licitador deberá presentar una campaña real realizada para una empresa de envergadura similar a la de Aena y con un mix de medios que incluya TV, radio, prensa y digital, detallando cada uno de los puntos solicitados en este apartado.



- 7. Respecto al tipo de cliente que se indica en la Campaña Táctica, entendemos por similar cualquier tipo de empresa (de tamaño similar a Aena), que incluya mix de medios. Pero no tiene que tener un importe mínimo ¿no? ¿Tiene que ser del sector de centros comerciales o aeroportuarios?**

Según se indica en el punto 16 del Pliego de Cláusulas Particulares, del apartado II. Campaña Táctica, se deberá aportar una campaña llevada a cabo por el licitador realizada para una empresa de envergadura similar a la de Aena y con un mix de medios que incluya TV, radio, prensa y digital.

Esta campaña no será necesario que se ajuste a ningún importe mínimo, ni tendrá por qué ser del sector de centros comerciales o aeroportuarios.

- 8. Para el entregable del caso hipotético correspondiente al Caso III. Campaña Aena Retail, ¿nos debemos basar en la información específica del Briefing Campaña Retail que aparece a continuación del punto f después del punto 16 III. Campaña Aena Retail?**

Para la realización del ejercicio creativo solicitado en el punto III. Campaña Aena Retail, se ha facilitado un Briefing al que deberá ajustarse la propuesta.

- 9. En el Briefing planteado pone Campaña Retail, en el caso del Lote 2 ¿debería prepararse una de restauración?**

- **Lote 1: Campañas generales + Restauración + Señalética**
- **Lote 2: Campañas generales + Retail (incluido lujo Duty Free)**

¿Es la misma oferta técnica para los dos Lotes?

Como ejercicio creativo general para la evaluación, se ha solicitado un único ejercicio creativo, adaptado a una campaña de Retail, tal y como se detalla en el Briefing aportado en el punto 16 del Pliego de Cláusulas Particulares.

Esta campaña de comunicación servirá para la evaluación global de la oferta, por lo tanto, será la misma oferta para ambos Lotes.

Este ejercicio es independiente del tipo de campañas que se asignarán posteriormente por Lotes a los licitadores.

- 10. Briefing Campaña Retail: al tener que incluirse en la Documentación Técnica y tener un presupuesto asignado pone que se haga según ANEXO I, es decir, ¿creamos nosotros el**



documento de presupuesto del caso y lo incluimos dentro de la propuesta económica de Lote 1 y la de Lote 2 en cada uno de los casos?

En el punto 16 del Pliego de Cláusulas Particulares, se aporta un Briefing detallado para facilitar la presentación del ejercicio creativo. En este Briefing, se establece un importe máximo de campaña y el reparto por aeropuerto.

Las diferentes propuestas y elementos que se contemplen en el ejercicio creativo, deberán adaptarse a los precios reflejados en el Anexo I del Pliego de Prescripciones Técnicas, que recoge precios unitarios de materiales, transporte, promotores, etc.

Este presupuesto facilitado (exclusivamente para la presentación del ejercicio creativo), servirá de referencia para poder plantear la propuesta. No se debe incluir ningún presupuesto dentro de la Oferta Técnica.

11. En el Briefing de campaña, la duración de la campaña es del martes 21 de septiembre al domingo 26 de septiembre, ¿son correctas?

Las fechas facilitadas para el Briefing, desde el martes 21 al domingo 26 de septiembre hacían referencia a 2021, siendo estas orientativas. En caso de querer ajustarlo a 2022, las fechas serían las comprendidas entre en martes 20 y domingo 25 de septiembre.

12. En cuanto a la Campaña Aena Retail, ¿debe llevar TV?

Cada licitador podrá proponer la propuesta de medios que estime conveniente, siempre teniendo en cuenta el presupuesto máximo disponible.

Según se indica en el punto 16 del Pliego de Cláusulas Particulares, del apartado II. Campaña Táctica, se deberá aportar una campaña llevada a cabo por el licitador realizada para una empresa de envergadura similar a la de Aena y con un mix de medios que incluya TV, radio, prensa y digital.

13. En el Briefing se pide incrementar las visitas a la web y número de seguidores, ¿se puede plantear paid? ¿O lo desarrolla otra empresa?



Sí, siempre y cuando las diferentes propuestas y elementos que se contemplen en el ejercicio creativo se ajusten al presupuesto máximo facilitado en el Briefing.

14. ¿Se pueden proponer promociones en las tiendas de los aeropuertos?

Sí, se podrán proponer promociones para las tiendas, teniendo en cuenta que esto deberá estar recogido en el presupuesto máximo de la campaña, 350.000 €.

15. ¿Los 350.000€ de presupuesto que se indica en el Briefing de Aena Retail, sería solo de producción o incluye también el Fee de agencia?

El presupuesto máximo indicado en el Briefing, de 350.000€, en el mismo deberá estar contemplado tanto el Fee de agencia, como todas las acciones y propuestas del ejercicio creativo.

16. ¿Es necesario seguir las guidelines de AENA en el desarrollo de las piezas visuales de la campaña de otoño?

No es necesario ajustar el ejercicio creativo a la marca institucional de Aena.

17. ¿Hay que incluir en las creatividades en sello “Aena te lo pone fácil”?

No es necesario incluir el sello de “Aena te lo pone fácil”.

18. ¿Cuál sería el público objetivo del Briefing Campaña Retail?

Cualquier pasajero del aeropuerto es susceptible de ser considerado público objetivo.

19. ¿Nos podrían facilitar el dato de cuantos visitantes tiene al día los aeropuertos?

En la web de Aena se pueden obtener estadística de pasajeros por aeropuerto y por mes.



20. ¿Cuál es el perfil del viajero que compra en las tiendas de moda de los aeropuertos?

En el siguiente link se puede consultar el perfil de pasajero por aeropuerto accediendo en cada uno de ellos:

<https://www.aena.es/es/aerolineas/aeropuertos-y-destinos/nuestros-aeropuertos.html>

Estos datos hacen referencia principalmente a 2019, siendo este año más objetivo que el 2020 y 2021.

21. En cuanto a la medición de resultados y KPI's, ¿Quién nos facilitaría los datos necesarios para poder volcarlos en la herramienta y así poder medirlos?

Tal y como se indica en el Punto 16 del Pliego de Cláusulas Particulares, apartado III. Campaña Aena Retail, punto f) Medición y Análisis de resultados, el licitador deberá detallar la forma de medición de resultados para cada una de las acciones propuestas, indicando en cada caso los informes, valores mínimos y objetivos esperados.

Estos resultados deberán ir ligados a los Objetivos/KPI fijados en el Briefing, y el licitador utilizará los propios datos recogidos durante la campaña.

22. En el punto de solvencia técnica se especifica: “Se consideran trabajos de similares características: campañas de comunicación, promoción, activación, ventas, ... llevadas a cabo tanto en Centros Comerciales, como en Aeropuertos nacionales o internacionales.”. ¿Se pueden incluir campañas de comunicación, promoción o ventas...que se ejecuten en espacios que no sean centros comerciales o aeropuertos?

No, solo se considerarán trabajos de similares características: campañas de comunicación, promoción, activación, ventas, ... llevadas a cabo tanto en Centros Comerciales, como en Aeropuertos nacionales o internacionales.

23. ¿Quién presenta la documentación que piden, todos los licitadores o solo el adjudicatario?

La documentación DA, DT y OE deberá ser aportada por todos los licitadores en la presentación de la oferta, salvo los documentos acreditativos de la solvencia económico-financiera y técnica que sólo se requiere su justificación al potencial adjudicatario.



24. Solvencia técnica. ¿La acredita el licitador o solo el adjudicatario?

La solvencia técnica sólo la acredita el potencial adjudicatario.

25. Solvencia económica. ¿La acredita el licitador o solo el adjudicatario?

La solvencia económica sólo la acredita el potencial adjudicatario.

26. ¿Los certificados de ejecución tienen que ir firmados por nuestros clientes o solo por nosotros?

Cuando el destinatario sea una entidad del sector público, los certificados serán expedidos por el órgano competente. Cuando el destinatario sea un sujeto privado, los certificados serán expedidos por este; o a falta de este, mediante una declaración del empresario. En este último caso, acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación

27. ¿No hay número límite de certificados de ejecución a presentar?, pero ¿los desarrollados en el portfolio solo pueden ser cuatro? Es decir, ¿podemos presentar 10 certificados y poner de ejemplo solo cuatro de ellos en el portfolio?

Para la primera pregunta: No hay límite de certificados a presentar.

Para la segunda pregunta: Tal y como se indica en el punto 16 del PCP, Apartado 1. Portfolio de trabajos, se deberán aportar un máximo de cuatro ejemplos.

28. Entendemos que los trabajos acumulados tienen que sumar 1.400.000€. Por acumulados entendemos trabajos de varios clientes.

Hay que presentar solvencia técnica para el Lote 1 y para el Lote 2, esto quiere decir que el total de el acumulado de todos los trabajos tiene que ser 2.800.000€ (sabiendo que es 1.400.000 dentro de un año para cada Lote)-

Los licitadores deberán acreditar para cada Lote la solvencia técnica.

El importe anual acumulado en el año de mayor ejecución será igual o superior a 1.400.000 € para cada Lote.





29. Si una empresa se presenta a los 2 Lotes, ¿puede incluir la misma documentación en estos puntos? Punto I Portfolio de trabajos y Punto II Campaña Táctica

Puede incluirlo en el mismo fichero identificando los dos lotes

30. Somos un Grupo Societario conformado por una Patrimonial que participa en tres sociedades operativas con tres CIF's distintos pero misma actividad. La sociedad que va a presentarse al concurso es una de las tres sociedades, pero en la presentación de los casos del Portfolio exigida por las bases de la licitación queremos añadir diversos casos del grupo (no únicamente de la empresa que se presenta sino también del resto de sociedades. ¿Es posible? En la aportación de DA, ¿tenemos que presentar el organigrama de la empresa y el DEUC de cada una de ellas?

Si va a integrar la solvencia por esos medios, debe presentar el DEUC por cada una de las empresas.

31. Para la solvencia económica piden que los "fondos propios vinculados al patrimonio neto, correspondiente al cierre del último ejercicio económico, para el que esté vencida la obligación de aprobación de cuentas anuales, debe ser como mínimo el 20 % del valor anual medio estimado del contrato.". Si vamos a licitar solo a un Lote, la cifra sobre la que tenemos que calcular el 20 % es la de ¿4 millones (por dos años de contrato)? ¿de 6 millones (2 años + 1 año de prórroga)? ¿o de 2 millones (por el valor anual del contrato)?

Tal como se ha contestado en la PLACPS , el criterio para acreditar la solvencia económico financiera es el 20%del valor anual medio del contrato de cada lote al que se presente el licitador. Estos importes se recogen en el PCP.

32. Para acreditar la solvencia económica mediante los recursos propios vinculados al neto patrimonial, ¿cómo acreditamos los fondos propios en 2020 si no tenemos las cuentas registradas? ¿valdría con estar depositadas?

Tal como se establece en el PCP, tienen que enviar la copia telemática del último ejercicio cerrado y depositado en el Registro Mercantil, por lo que no podrán remitirnos dicha copia si no están registradas.



33. En el apartado “FICHERO DE DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA “DA”: DOCUMENTOS QUE DEBEN INCLUIRSE” del pliego de cláusulas administrativas se indica en el “e) Cuando el pliego prevea la división en Lotes del objeto del contrato, si los requisitos de solvencia económica y financiera o técnica y profesional exigidos variaran de un Lote a otro, se aportará una declaración responsable por cada Lote o grupo de Lotes al que se apliquen los mismos requisitos de solvencia.”

Anteriormente, en el apartado “PRESENTACIÓN DE OFERTAS” se indica que “Por lo tanto, y con carácter general, la proposición de un licitador únicamente deberá estar compuesta por cuatro ficheros, que son los siguientes: DA, GP, DT y OE.”.

Entonces, ¿tenemos que acreditar la solvencia técnica o no? Si tenemos que hacerlo, ¿en el sobre/archivo de la Documentación Administrativa: DA?

Para las solvencias en el momento de presentación de ofertas, sólo se debe cumplimentar debidamente el DEUC en el apartado IV y la justificación sólo se le requiere al potencial adjudicatario

34. Sobre el contenido del archivo 1 Documentación Administrativa, se pide el DEUC y “Cuando el pliego prevea la división en Lotes del objeto del contrato, si los requisitos de solvencia económica y financiera o técnica y profesional exigidos variaran de un Lote a otro, se aportará una declaración responsable por cada Lote o grupo de Lotes al que se apliquen los mismos requisitos de solvencia”. Sobre esto segundo tenemos duda de si hay que presentarlo.

Si se presentan a varios lotes que se requiere diferente solvencia económico-financiera, tienen que subir un DEUC para cada lote o si es un grupo, y tiene los mismos requisitos se sube un solo DEUC por ese grupo de Lotes

35. Además, ¿los siguientes anexos también hay que presentarlos en este sobre?

Anexo VI: Se le pide al potencial adjudicatario

Anexo VII: Se le pide al potencial adjudicatario

Anexo VIII: Se le pide al potencial adjudicatario

Anexo IX: Se le pide al potencial adjudicatario

Anexo X: Se le pide al potencial adjudicatario

Anexo XI: En la DT



Anexo XIII: Se le pide al potencial adjudicatario

Anexo XIX: En la DA

- 36. Nuestro banco nos pide un correo electrónico para enviarles los avales de la garantías provisionales por cada uno de los lotes. Ya les hemos explicado que nos los tienen que enviar a nosotros y nosotros lo subimos a la plataforma del concurso, pero insisten. ¿Podemos darles algún correo?**

Las garantías provisionales deben subirlas a la URL indicada en el Pliego por el licitador en el fichero GP