



**HOJA RESUMEN DEL MODELO PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CREATIVIDAD, DISEÑO, REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA DEL MINISTERIO DE CONSUMO CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA EXISTENCIA Y ALERTAR DEL USO QUE HACEN LAS PERSONAS MENORES DE EDAD DE LAS CAJAS BOTIN Y SUS PELIGROS EN 2023), MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO**

**NÚMERO DE EXPEDIENTE:** 202305PA0001

**1. OBJETO DEL CONTRATO** (cláusula segunda, décima y vigesimoprimera del PCAP)

**DEFINICIÓN:** El objeto principal de este pliego es la contratación de una persona física o jurídica experta en el ámbito de la publicidad que realice las acciones necesarias para desarrollar y ejecutar una campaña institucional para el Ministerio de Consumo que sirva para dar a conocer la existencia de las cajas botín, también conocidas como *lootboxes*, y, a su vez, alertar del uso que hacen las personas menores de edad de ellas, así como los riesgos que estas pueden entrañar.

**1.1 CÓDIGOS DE CLASIFICACIÓN:**

1.1.1 Código de clasificación CPA:

1.1.2 Código de clasificación CPV: 79341400 - Servicios de campañas de publicidad

**1.2 EN EL SUPUESTO DE EXISTENCIA DE LOTES:**

Las actuaciones contempladas en el presente contrato se consideran incluidas dentro de los motivos indicados en el apartado b) del artículo 99.3 de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público en el que se enumeran los motivos válidos que justifican la no división en lotes del contrato, por tanto, se considera que las actividades a desarrollar, por su necesaria coordinación, en la ejecución del contrato NO deben ser divididas en lotes y el contrato se considera que debe ser ejecutado por una única empresa.

**2. NECESIDADES A SATISFACER** (cláusula segunda del PCAP)

El del videojuego es un sector que, además de su relevancia económica y gran potencial de crecimiento, constituye una manifestación de la extraordinaria riqueza y variedad de las industrias culturales y creativas de nuestro país. Este mayor dinamismo está asociado también a nuevos modelos de negocio que han supuesto una aproximación de la oferta de productos y servicios de este sector económico a aquellos otros ofrecidos por la industria dedicada a los juegos de azar en el ámbito online.

En concreto, el fenómeno de la comercialización de mecanismos aleatorios de recompensa, también llamados cajas botín o *loot boxes*. Los mecanismos aleatorios de recompensa son objetos o procesos virtuales de cualquier tipo integrados en la dinámica de determinados videojuegos cuya activación ofrece la oportunidad al jugador de obtener, con carácter aleatorio, recompensas o premios virtuales que pueden utilizarse en el entorno de los mismos.

Esos premios o recompensas virtuales tienen por finalidad mejorar las características de un personaje, optimizar parcial o totalmente su diseño gráfico, permitir la apertura de nuevas zonas o fases en el videojuego, o generar algún accesorio de naturaleza competitiva o meramente estética, entre otras muchas diversas posibilidades.

Según un estudio reciente, aproximadamente algo más de la mitad de los principales juegos disponibles en teléfonos móviles y un 35% de los juegos más importantes de ordenador contienen cajas botín. Además, el estudio señala que la mayoría de los juegos más demandados tanto en móviles Android (58%) como en iOS (59%) contenían cajas botín. Este elevado grado de disponibilidad del producto queda reflejado en el gran número de personas que juegan y están expuestas a cajas botín: en total, el estudio encontraba que 1.800 millones de descargas de videojuegos contienen este tipo de productos. En China, de los 100 juegos más importantes disponibles en dispositivos móviles iOS, el 91% contenía este tipo de productos.

En España se carece de estudios específicos que permitan valorar el grado de presencia de estos



productos en los videojuegos en España. No obstante, la Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento realizó una encuesta durante el mes de marzo de 2021 en la que constató que, de las 98 empresas de desarrollo y producción de videojuegos que participaron, 17 de ellas sí habían implementado mecanismos de recompensa aleatoria.

Nos encontramos, pues, en un contexto en el que no resulta posible conocer con exactitud la verdadera relevancia económica que ostentan mecanismos aleatorios de recompensa en el mercado de los videojuegos a nivel global o a nivel de país, entre otras razones, porque el sector no aporta información desagregada sobre este tipo de productos digitales.

En España existe un estudio específico sobre la materia que ofrece datos de mucho interés sobre el uso de este tipo de mecanismos en menores de 11 a 17 años. Según este estudio, la prevalencia anual en el uso de cajas botín de menores de edad es de 28,9% de la muestra total. Esto significa que un inicio precoz en la participación de juegos de azar es un potente predictor de la severidad y/o afectación de un posible y futuro problema con el juego.

Es competencia del Ministerio de Consumo proteger a las personas consumidoras de la existencia de mecanismos y del riesgo que se derivan de su uso desde una perspectiva de salud pública, atendiendo a los potenciales efectos perjudiciales que la presencia de determinados mecanismos aleatorios de recompensa en videojuegos pueden ocasionar, debido a su conexión con modalidades de juego regulado, singularmente en el colectivo de los menores de edad y las personas afectadas por trastornos de juego. Principalmente, porque existen evidencias empíricas atestiguadas por los estudios realizados hasta la fecha de que hay cierta correlación entre el juego problemático/patológico con el uso de esta clase de mecanismos aleatorios. En España, y también a nivel global, se observa cómo el uso de mecanismos aleatorios de recompensa entre la población especialmente joven y, particularmente, menor de edad, está muy extendido. Lo que se puede poner en relación directa con su presencia en numerosos videojuegos y fácil accesibilidad.

Por todo ello, el Ministerio de Consumo quiere llevar a cabo la contratación de un servicio consistente en la creatividad, diseño, realización y producción de las diferentes piezas y elementos creativos que se utilizarán en una campaña de concienciación y dar a conocer la existencia y alertar del uso de las cajas botín y sus peligros, en especial a las personas menores de edad.

### 3. VARIANTES O MEJORAS *(cláusula segunda y décima del PCAP)*

3.1 SE ADMITEN MEJORAS: (marcar con una X) **SI**      **NO X**

3.2 EN CASO DE QUE SE ADMITAN MEJORAS:

3.2.1 Sobre qué elementos:

3.2.2 En qué condiciones:

### 4. PROCEDIMIENTO *(cláusula tercera del PCAP)*

4.1 PROCEDIMIENTO: Procedimiento abierto, al amparo de lo previsto en los artículos 17, 22 y 156 a 158 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

4.2 REGULACIÓN ARMONIZADA: (marcar con una X) **SÍ X**      **NO**

4.3 TRAMITACIÓN: (marcar con una X lo que proceda)

Ordinaria: X

Urgente:

Emergencia:



## 5. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO *(cláusula sexta del PCAP)*

5.1 Plazo de ejecución: Sesenta días desde la formalización del contrato.

5.2 Fecha a partir de la cual produce efectos el contrato: Conforme al artículo 158.2 de la Ley 9/2017, cuando para la adjudicación del contrato deban tenerse en cuenta una pluralidad de criterios, o utilizándose un único criterio sea este el del menor coste del ciclo de vida, el plazo máximo para efectuar la adjudicación será de dos meses a contar desde la apertura de las proposiciones, salvo que se hubiese establecido otro en el pliego de cláusulas administrativas particulares. Si la proposición se contuviera en más de un sobre o archivo electrónico, de tal forma que estos deban abrirse en varios actos independientes, el plazo anterior se computará desde el primer acto de apertura del sobre o archivo electrónico que contenga una parte de la proposición.

5.3 Prórroga: NO

5.4 Duración de cada prórroga:

5.5 Duración máxima del contrato (incluidas prórrogas): Sesenta días.

## 6. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN y VALOR ESTIMADO *(cláusula cuarta del PCAP)*

6.1 Determinación del presupuesto base de licitación mediante precio a tanto alzado y aplicaciones presupuestarias:

A los efectos del cálculo del valor estimado del contrato, tal como se prevé en el artículo 101 Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, el importe máximo total del contrato se ha fijado basándose en las ofertas económicas recibidas con ocasión de la celebración en ejercicios anteriores de contratos de servicios de características similares.

Presupuesto Base de licitación PRECIO (Excluido IVA)	IVA	PRECIO TOTAL	APLICACIÓN PRESUPUESTARIA
247.933,88 €	21%	300.000,00 €	31.05.496M.641

El desglose del importe del precio se correspondería con los siguientes conceptos:

Desglose Precio	
<b>Costes directos</b>	
Personal (65%)	161.157,02 €
Resto costes directos (5%)	12.396,69 €
<b>Costes indirectos + Gastos generales + Beneficio industrial (30%)</b>	74.380,16 €
<b>Total sin IVA</b>	<b>247.933,88 €</b>

El coste de los salarios de las personas empleadas para su ejecución se han estimado teniendo en cuenta la Resolución de 02 de agosto de 2022, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acta de revisión y tabla salarial del Convenio colectivo de empresas de publicidad y con la Resolución de 02 de agosto de 2022, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acta del acuerdo relativo a la revisión salarial y actualización de dietas, para el período abril a diciembre de 2021, del II Convenio colectivo de la Industria de la Producción Audiovisual (Técnicos).

La plantilla que se considera necesaria para la realización de este contrato es, al menos, la siguiente:

- Un Director/a Creativo/a con experiencia en el diseño de estrategias y campañas de proyectos de concienciación política y/o social.
- Un Director/a de Planificación Estratégica con experiencia en el diseño de estrategias y campañas de proyectos de concienciación política y/o social.
- Un equipo mínimo de tres miembros técnicos con reconocimientos de la industria del marketing y de la publicidad diferenciados en nacionales e internacionales, y de los que al menos dos de ellos tengan un conocimiento en proyectos de concienciación y sensibilización social y/o educativo.



6.2 Determinación del presupuesto base de licitación mediante precios unitarios (tarifas por prestación de servicios) y aplicaciones presupuestarias:

6.3 Determinación del presupuesto base de licitación: Precio total de licitación por lotes.

No se da la existencia de lotes al ser una entrega de materiales única.

6.4 Valor estimado del contrato (sin IVA): DOSCIENTOS CUARENTA Y SIETE MIL NOVECIENTOS TREINTA Y TRES EUROS CON OCHENTA Y NUEVE CÉNTIMOS (247.933,88 €)

### 7. GASTOS MÁXIMOS POR LA PUBLICIDAD DE LA LICITACIÓN *(cláusula vigésima del PCAP)*

El importe máximo de los gastos de publicidad de la licitación y de los correspondientes a la adjudicación serán de: 4.000 € que correrán a cuenta del licitador que resulte adjudicatario, y que se descontarán de la primera factura emitida por la prestación del servicio.

### 8. CRÉDITO PRESUPUESTARIO *(cláusula quinta del PCAP)*

8.1 El crédito presupuestario es: 300.000,00 €

8.2 Distribución del crédito presupuestario por anualidades:

ANUALIDAD	APLICACIÓN PRESUPUESTARIA	IMPORTE
2023	31.05.496M.641	300.000,00 €

8.3 Tramitación presupuestaria del expediente (marcar con una X lo que corresponda)

- Tramitación normal del expediente X
- Tramitación anticipada del expediente

### 9. SOLVENCIA ECONÓMICA, FINANCIERA Y TÉCNICA O PROFESIONAL *(cláusula novena y duodécima del PCAP)*

9.1 Solvencia económica y financiera: Medios de acreditación y condiciones mínimas

Volumen anual de negocios del licitador o candidato, que referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos deberá ser al menos una vez y media el valor estimado del contrato cuando su duración no sea superior a un año, y al menos una vez y media el valor anual medio del contrato si su duración es superior a un año.

El volumen anual de negocios del licitador o candidato se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro, y en caso contrario por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

9.2 Solvencia técnica o profesional: Medios de acreditación y condiciones mínimas

Los licitadores podrán manifestar su solvencia técnica o profesional mediante inclusión en el Sobre número uno (1) "Documentación administrativa", de una declaración responsable de haber prestado servicios iguales o similares al del objeto del contrato (CPV: 79341400) durante los tres últimos años (2020-2022), cuyo importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 70% del valor estimado del contrato (173.553,72 euros).

9.3 Asimismo la solvencia exigida anteriormente podrá acreditarse mediante la presentación del certificado de clasificación de la empresa en el Grupo T Subgrupo 1 Categoría A


**10. OTRA DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LOS LICITADORES** (cláusula décima y duodécima del PCAP)

10.1 Documentación relativa a tratamiento de datos personales

No procede.

**11. PRESENTACIÓN DE OFERTAS** (cláusula décima del PCAP)

 11.1 La presente licitación tendrá carácter electrónico: **SI  NO**

La licitación tendrá carácter electrónico exclusivamente, por lo que los licitadores deberán preparar y presentar obligatoriamente sus ofertas de forma electrónica a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público (<https://contrataciondelestado.es>), de acuerdo con lo previsto en la Guía de los Servicios de Licitación Electrónica para Empresas que podrán encontrar en el siguiente enlace:

<https://contrataciondelestado.es/wps/portal/guiasAyuda>

En la citada guía se documenta cómo el licitador debe preparar y enviar la documentación y los sobres que componen las ofertas mediante la "Herramienta de Preparación y Presentación de Ofertas" que se pone a su disposición y que se arrancará automáticamente en su equipo local siguiendo las instrucciones que figuran en la guía de referencia. A estos efectos, es requisito inexcusable ser un usuario registrado de la Plataforma de Contratación del Sector Público y rellenar tanto los datos básicos como los datos adicionales (Ver Guía de Utilización de la Plataforma de Contratación del Sector Público para Empresas - Guía del Operador Económico) disponibles en el anterior enlace. En el presente procedimiento de licitación no se admitirán aquellas ofertas que no sean presentadas a través de los medios descritos.

11.2 Órgano al que deben dirigir las proposiciones: Dirección General de Ordenación del Juego

11.3 Lugar de presentación: Según lo expuesto en el apartado 11.1.

11.4 Plazo de presentación: El plazo indicado en los anuncios de publicidad en el DOUE, BOE y perfil del contratante.

 11.5 Perfil del contratante: Es accesible desde [www.contrataciondelestado.es](http://www.contrataciondelestado.es) y <https://www.mscbs.gob.es/servCiudadanos/perfilContratante/home.htm>
**12. MESA DE CONTRATACIÓN** (cláusula décimo primera del PCAP)

Presidente: Titular de la S.G. de Gestión Económica, Oficina Presupuestaria y Asuntos Generales

Presidente Suplente: Titular adjunto de la S.G. de Gestión Económica, Oficina Presupuestaria y Asuntos Generales

Vocales: Un Abogado del Estado.

Un Interventor del Estado.

Un representante del Centro Directivo proponente

Secretaria: S.G. de Gestión Económica, Oficina Presupuestaria y Asuntos Generales

**13. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS** (cláusula décima y duodécima del PCAP)

13.1 Relación de criterios:

**13.1.1. Criterios que dependen de un juicio de valor (documentación a incluir en el sobre nº 2) (Hasta 45 puntos, todos ellos criterios de calidad)**

Las propuestas presentadas se valorarán hasta un máximo de 45 puntos en función de los siguientes criterios de calidad:



**1. Afinidad con los objetivos de comunicación y público objetivo (hasta 10 puntos)**

Se valorará la concordancia y adecuación de la propuesta con los objetivos de comunicación y público objetivo indicados en el Anexo II (puntos 2 y 3) del PPT:

- **Informar sin alarmar** sobre qué son y qué tipo de comportamientos pueden despertar el uso de mecanismos de recompensa aleatoria o cajas botín (se valorará de 0 a 4 puntos).
- **Sensibilizar** sobre los riesgos derivados del uso de videojuegos con mecanismos de recompensa aleatoria o cajas botín, en especial, para personas vulnerables como menores de edad y personas afectadas por trastornos de juego (se valorará de 0 a 4 puntos).
- **Generar un debate social** en torno a esta realidad que, no obstante, no es equiparable en ningún caso a otro tipo de problemáticas como pueden ser la ludopatía o las adicciones relativas al consumo de drogas (se valorará de 0 a 2 puntos).

La campaña estará principalmente dirigida a personas jóvenes jugadoras de videojuegos en España, de entre 12 y 25 años aproximadamente, y que hayan tenido contacto con mecanismos de recompensa aleatorio o cajas botín.

**2. Impacto y notoriedad de la propuesta creativa (hasta 35 puntos)**

Se valorará la potencialidad de la propuesta para generar un impacto positivo de comunicación en el público, creando conversación y un movimiento orgánico de alcance, que se medirá en función de:

- **Originalidad.** Se valorará de 0 a 15 puntos la capacidad de la propuesta para generar una sensación de novedad en el público y presentar un formato/idea novedosa en el terreno de las campañas de publicidad institucional.
- **Emocionalidad.** Se valorará de 0 a 10 puntos la capacidad de la propuesta para emocionar al público y sensibilizarlo sobre los riesgos del uso de las cajas botín.
- **Conversación.** Se valorará de 0 a 10 puntos la capacidad de la propuesta para generar una conversación o debate en la sociedad tanto a través de medios off como online.

**NOTA: Conforme al artículo 146.3 de la LCSP, las ofertas que no alcancen la mitad de la puntuación total en este apartado quedarán excluidas de la licitación, no pudiéndose valorar el contenido del sobre nº 3.**

**13.1.2. Criterios evaluables mediante fórmulas o de forma automática (documentación a incluir en el sobre nº 3) (Hasta 55 puntos)**

CRITERIO	FORMA DE VALORACIÓN	PONDERACIÓN	MIN. y MAX.
----------	---------------------	-------------	-------------



	<p><b>Oferta económica</b></p>	<p>A la oferta de menor importe se le atribuirá la puntuación máxima (20 puntos), calculando la ponderación de las demás con arreglo a la siguiente fórmula:</p> $P = (20 * \text{Min}) / \text{Oferta}$ <p><b>P:</b> La puntuación obtenida  <b>Min:</b> Importe total sin IVA de la oferta mínima de las presentadas.  <b>Oferta:</b> El importe total, sin IVA, de la oferta correspondiente al licitador que se valora.</p> <p>Cada empresa efectuará una sola propuesta económica</p>	20%	0 – 20 puntos										
	<p><b>Criterio de experiencia del equipo de trabajo en proyectos de concienciación y sensibilización social y/o educativo (criterio de calidad)</b></p>	<p>Se valorará la experiencia general de <b>como mínimo dos miembros</b> del equipo de trabajo en proyectos de concienciación y sensibilización social y/o educativo. Se sumará el número total de proyectos diferentes de los miembros del equipo de trabajo presentados.</p> <p>Se entiende por campañas de proyectos de concienciación y sensibilización social y/o educativo aquellas que procuren lograr el cambio del comportamiento individual y las normas y actitudes sociales. A fin de demostrar la experiencia, las empresas deberán aportar nombre, cliente, objetivo, descripción de la campaña y formatos de comunicación empleados de cada una de ellas.</p> <table border="1" data-bbox="558 1344 965 1691"> <thead> <tr> <th>Experiencia</th> <th>Puntos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sin experiencia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>1 a 3 proyectos</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>4 a 6 proyectos</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Más de 6 proyectos</td> <td>15</td> </tr> </tbody> </table>	Experiencia	Puntos	Sin experiencia	0	1 a 3 proyectos	5	4 a 6 proyectos	10	Más de 6 proyectos	15	15%	0 – 15 puntos
Experiencia	Puntos													
Sin experiencia	0													
1 a 3 proyectos	5													
4 a 6 proyectos	10													
Más de 6 proyectos	15													



	<p><b>Criterio de excelencia del equipo de trabajo (criterio de calidad)</b></p>	<p>Valoración del palmarés de un mínimo de tres miembros del equipo de trabajo y un máximo de diez.</p> <p>El palmarés se refiere a todos aquellos reconocimientos de la industria del marketing y de la publicidad diferenciados en nacionales e internacionales. Se realizará una especial valoración a los reconocimientos de Cannes Lions International, al ser la referencia unánime y mundial de la creatividad internacional. Para justificar el palmarés, se deberá adjuntar una declaración responsable de cada miembro ganador del premio en el que indique: año, categoría y campaña por la que ha sido premiado.</p> <p>La valoración se hará de mayor a menor, según el tipo de reconocimiento:</p> <table border="1" data-bbox="475 875 995 1155"> <thead> <tr> <th>Tipo de reconocimiento</th> <th>Puntos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grandes Premios en Cannes</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Premios en Cannes Lions</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Premios Internacionales</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Premios Nacionales</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> <p>La valoración se realizará tomando en cuenta el premio de mayor valor presentado por cada miembro del equipo.</p> <p>La puntuación final será la media de la puntuación obtenida por todos los integrantes del equipo de trabajo que cumplan con este criterio.</p>	Tipo de reconocimiento	Puntos	Grandes Premios en Cannes	10	Premios en Cannes Lions	8	Premios Internacionales	6	Premios Nacionales	4	10%	0 – 10 puntos	
Tipo de reconocimiento	Puntos														
Grandes Premios en Cannes	10														
Premios en Cannes Lions	8														
Premios Internacionales	6														
Premios Nacionales	4														



	<p><b>Organización del equipo de trabajo (criterio de calidad)</b></p>	<p>Se valorará con un máximo de 10 puntos la adscripción al equipo de trabajo de una o las dos figuras siguientes:</p> <p>a) Director/a Creativo/a con una experiencia mínima de 4 años en el diseño de estrategias y campañas de proyectos de concienciación política y/o social.</p> <p>b) Director/a de Planificación Estratégica con una experiencia mínima de 4 años en el diseño de estrategias y campañas de proyectos de concienciación política y/o social.</p> <p>Para la valoración de este criterio se deberá aportar el CV cada una de las personas que desempeñan los puestos indicados. Solo se valorarán los títulos oficiales del sistema universitario español u homologados.</p> <p>La valoración se realizará de la siguiente manera:</p> <table border="1" data-bbox="504 1057 970 1765"> <thead> <tr> <th>Adscripción al equipo de trabajo</th> <th>Puntos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Se aporta CV del Director/a Creativo/a con una experiencia mínima de 4 años</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>No aporta CV de Director/a Creativa con una experiencia mínima de 4 años</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Se aporta CV de Director/a de Planificación Estratégica con una experiencia mínima de 4 años</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>No aporta CV de Director/a de Planificación Estratégica con una experiencia mínima de 4 años</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Adscripción al equipo de trabajo	Puntos	Se aporta CV del Director/a Creativo/a con una experiencia mínima de 4 años	5	No aporta CV de Director/a Creativa con una experiencia mínima de 4 años	0	Se aporta CV de Director/a de Planificación Estratégica con una experiencia mínima de 4 años	5	No aporta CV de Director/a de Planificación Estratégica con una experiencia mínima de 4 años	0	10%	0 – 10 puntos	
Adscripción al equipo de trabajo	Puntos														
Se aporta CV del Director/a Creativo/a con una experiencia mínima de 4 años	5														
No aporta CV de Director/a Creativa con una experiencia mínima de 4 años	0														
Se aporta CV de Director/a de Planificación Estratégica con una experiencia mínima de 4 años	5														
No aporta CV de Director/a de Planificación Estratégica con una experiencia mínima de 4 años	0														
<p>Siguiendo con lo establecido en el artículo 145.4 LCSP: <i>En los contratos de servicios del Anexo IV, así como en los contratos que tengan por objeto prestaciones de carácter intelectual, los criterios relacionados con la calidad deberán representar, al menos, el 51 por ciento de la puntuación asignable en la valoración de las ofertas, sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado 2.a) del artículo 146.</i></p>															



En los términos de este contrato se consideran criterios de calidad todos los incluidos en los criterios evaluables mediante juicio de valor (hasta 45 puntos), así como los criterios de experiencia del equipo de trabajo en proyectos de concienciación y sensibilización social y/o educativo (hasta 15 puntos) y el criterio de formación del equipo de trabajo (hasta 15 puntos).

Total criterios de calidad: hasta 75 puntos.

### 13.2. Consideración del carácter de ofertas anormales o desproporcionadas:

Si a la licitación concurre un único licitador u oferta, se considerará desproporcionada o anormal, si la oferta económica es inferior en más de 25 unidades porcentuales al presupuesto base de licitación y la puntuación que le corresponde en el resto de los criterios de adjudicación diferentes del precio es superior a 90 unidades porcentuales de la puntuación total establecida para estos en el pliego.

En el caso de concurrir dos licitadores, se considerará anormalmente baja aquella oferta que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta y que la puntuación que le corresponda en el resto de los criterios de adjudicación diferentes del precio sea superior en más de 20 unidades porcentuales a la puntuación más baja.

Y si concurren tres o más licitadores, se considerará anormalmente baja aquella oferta que sea inferior en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de todas las ofertas presentadas y que la puntuación que le corresponda al resto de criterios de adjudicación distintos del precio sea superior a la suma de la media aritmética de las puntuaciones de todas las ofertas y la desviación media de estas puntuaciones. Para calcular la desviación media de las puntuaciones se obtendrá, para cada oferta, el valor absoluto de la diferencia entre su puntuación y la media aritmética de las puntuaciones de todas las ofertas. La desviación media de las puntuaciones es igual a la media aritmética de estos valores absolutos.

### 13.3. Procedimiento de adjudicación por fases: (explicación de las fases y de los umbrales mínimos)

No procede.

### 13.4. Criterios de desempate:

El empate se resolverá según lo previsto en el apartado 2 del artículo 147 de la LCSP.

## **14. RENUNCIA O DESISTIMIENTO** (cláusula decimocuarta del PCAP)

### 14.1 Forma de compensación por renuncia o desistimiento de la Administración:

El órgano de contratación podrá renunciar a la celebración del contrato, por razones de interés público debidamente justificadas, antes de la adjudicación del contrato, no pudiendo promover una nueva licitación en tanto subsistan esas razones.

Asimismo, podrá desistir del procedimiento cuando se haya producido una infracción no subsanable de las normas de preparación del contrato o de las reguladoras del procedimiento de adjudicación, pudiendo en este caso iniciar inmediatamente un nuevo procedimiento de licitación, habiéndose subsanado las causas que lo produjeron.

En caso de desistimiento o renuncia a la celebración del contrato, se compensará a los licitadores de acuerdo con los principios generales que rigen la responsabilidad de la Administración, artículo 152 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

## **15. GARANTÍA PROVISIONAL Y GARANTÍA DEFINITIVA** (cláusula décima y decimoquinta del PCAP)

15.1 Constitución de la garantía provisional (art. 106 LCSP): (marcar con una X): **SI**    **NO X**

15.2 Justificación de la garantía provisional: -

15.3 Importe total de la garantía provisional (hasta el 3% del presupuesto base de licitación, excluido IVA): -

15.4 Importe de la garantía provisional por lote: -



- 15.5 Importe total de la garantía definitiva: 5% del precio final ofertado (IVA excluido). **SI**
- 15.6 Se autoriza la garantía en forma de retención del precio: (marcar con una X): **SI**    **NO X**
- 15.7 Garantía complementaria (hasta un 5% del precio final ofertado): (marcar con una X lo que proceda)
- SI**                    **Importe:** -
  - NO X**

**16. OBLIGACIONES ESPECÍFICAS: Condiciones especiales de ejecución del contrato y penalidades por su incumplimiento.** (cláusula novena, decimoctava y vigésima del PCAP)

16.1 Adscripción de medios

Se exige: (SI/NO): NO

En caso afirmativo:

- Es condición esencial de ejecución del contrato a los efectos del art. 211) (SI/NO)
- Se considera su incumplimiento infracción grave (SI/NO):
- Penalidades previstas
  - Incumplimiento leve: 1% del precio del contrato
  - Incumplimiento grave y muy grave: entre el 5% y el máximo legal del 10% del precio del contrato

16.2 Seguro de responsabilidad civil por riesgos profesionales

Se exige: (SI/NO): NO

Suma asegurada:

En caso afirmativo:

- Es condición esencial de ejecución del contrato a los efectos del art. 211 (SI/NO)
- Se considera su incumplimiento infracción grave (SI/NO)
- Penalidades previstas
  - Incumplimiento leve: 1% del precio del contrato
  - Incumplimiento grave y muy grave: entre el 5% y el máximo legal del 10% del precio del contrato

16.3 Condiciones especiales de ejecución del contrato de carácter social, ético, medioambiental o de otro orden (art.202 de la LCSP):

- **Se deberá indicar al menos una de las condiciones enumeradas en el artículo 202:**

1.- Consideraciones de tipo social:

Se tendrán en cuenta las siguientes condiciones en la ejecución del contrato:

- Para favorecer la conciliación del trabajo y de la vida familiar se establecerá un horario de trabajo flexible en caso de que la persona física o los trabajadores a cargo de la persona jurídica cuente con cargas familiares (ascendientes, familiares dependientes o menores de 12 años a su cargo).
- En caso se tratarse de una persona jurídica, esta deberá priorizar, en igualdad de condiciones, la contratación de personal con edad inferior a 25 años o parados con una duración superior a 2 años, con la finalidad de combatir el paro juvenil y de larga duración.

Además de las condiciones anteriores, se estará a lo dispuesto en el **apartado 21** sobre Protección de datos, seguridad y confidencialidad de la información.



- Es condición esencial de ejecución del contrato a los efectos del art. 211 (SI/NO): SI
- Se considera su incumplimiento infracción grave (SI/NO): NO
- Penalidades previstas
  - Incumplimiento leve: 1% del precio del contrato
  - Incumplimiento grave y muy grave: entre el 5% y el máximo legal del 10% del precio del contrato

**17. Penalidades administrativas por incumplimiento criterios de adjudicación.** *(cláusula decimonovena del PCAP)*

- Es condición esencial de ejecución del contrato a los efectos del art. 211) (SI/NO): NO
- Se considera su incumplimiento infracción grave (SI/NO): SI
- Penalidades previstas
  - Incumplimiento leve: 1% del precio del contrato
  - Incumplimiento grave y muy grave: entre el 5% y el máximo legal del 10% del precio del contrato

**18. Penalidades administrativas por ejecución defectuosa** *(cláusula decimonovena del PCAP)*

- Penalidades por cumplimiento defectuoso
  - Incumplimiento leve: 1% del precio del contrato
  - Incumplimiento grave y muy grave: entre el 5% y el máximo legal del 10% del precio del contrato
- Penalidades por incumplimiento de la ejecución parcial: 1% del precio del contrato

**19. Penalidades administrativas diferentes por incumplimiento de plazo.** *(cláusula decimonovena primera del PCAP)*

Las establecidas por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

**20. PROGRAMA DE TRABAJO (rellenar solo si procede su presentación)** *(cláusula duodécima del PCAP)*

No procede.

**21. PROTECCIÓN DE DATOS, SEGURIDAD Y CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN** *(cláusulas décima, décimo segunda, vigésima, vigésimo sexta y vigésimo octava del PCAP)*

Es un contrato cuya ejecución requiere el tratamiento por el contratista de datos personales por cuenta del responsable del tratamiento o implica la cesión de datos por las entidades del sector público al contratista (SI/NO): NO

EN CASO AFIRMATIVO,

1. La finalidad para la cual se cederán dichos datos será:
2. Se establece como CONDICIÓN ESPECIAL DE EJECUCIÓN la obligación del contratista de someterse a la normativa nacional y de la Unión Europea en materia de protección de datos. Esta



obligación tiene el carácter de obligación contractual esencial de conformidad con lo dispuesto en la letra f) del apartado 1 del artículo 211.

**22. PLAZO ESPECIAL DE RECEPCIÓN, en su caso** (cláusula vigésimo primera PCAP).

No procede.

**23. REQUISITOS DE LAS FACTURAS** (cláusula vigésimo segunda del PCAP)

Las facturas se ajustarán a lo dispuesto en el R.D.1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.

En la factura se deberá indicar obligatoriamente la siguiente información:

- Oficina Contable: Oficina Contable. I.D. Ministerio de Consumo (GE0017502)
- Unidad Tramitadora: Ministerio de Consumo - Tramitación Expedientes (E04912605)
- Órgano Gestor: Dirección General de Ordenación del Juego (E04912605)

**24. RÉGIMEN DE PAGOS** (cláusula vigésimo segunda del PCAP)

24.1 Vencimiento de pago: El pago del precio se realizará, de manera total, una vez recepcionada la campaña con todos los elementos objeto de esta, referenciados en el PPT, objeto de la presente licitación, previo certificado de conformidad emitido por la unidad responsable del contrato.

24.2 Plazos y pagos parciales, en su caso: -

24.3 Periodicidad de valoraciones de trabajos, en su caso: -

24.4 Abonos a cuenta por operaciones preparatorias, en su caso: -

**25. PLAZO DE GARANTÍA** (cláusula vigésimo tercera del PCAP)

Un año.

**26. REVISIÓN DE PRECIOS** (cláusula vigésimo cuarta del PCAP)

26.1 Procede revisión de precios: **SI** **NO X**

26.2 Formula o sistema de revisión aplicable: -

26.3 Justificación: -

**27. MODIFICACIÓN DEL CONTRATO** (cláusula vigésimo quinta del PCAP)

27.1 Condiciones: No procede.

27.2 Alcance y límites: -

27.3 Porcentaje del precio al que puede afectar como máximo: -

27.4 Procedimiento: -

**28. CESIÓN Y SUBCONTRATACIÓN** (cláusula vigésimo sexta del PCAP)



28.1 Procede la cesión a un tercero: **SI NO X**

No se permite la cesión a un tercero dado que las cualidades técnicas son razón determinante de la adjudicación.

28.2 Determinadas partes o trabajos deberán ser ejecutadas directamente por el contratista o, en el caso de una oferta presentada por una unión de empresarios, por un participante en la misma: **SI NO X**

28.3 En caso afirmativo, indicar dichas partes o trabajos: -

28.4 El contratista debe indicar en la oferta la parte del contrato que tenga previsto subcontratar: **SI X NO**

28.5 En caso afirmativo, las personas licitadoras deberán indicar la parte del contrato que tengan previsto subcontratar, señalando su importe (referido al presupuesto base de licitación) y el nombre o perfil empresarial definido por referencia a las condiciones de solvencia técnica de las personas subcontratistas a las que se vaya a encomendar su realización.

28.6 La ejecución del contrato debe ir acompañada de medidas de seguridad especiales de acuerdo con disposiciones legales o reglamentarias: **SI NO X**

En caso afirmativo, la subcontratación requerirá siempre de autorización expresa del órgano de contratación.

28.7 En caso de infracción de las condiciones establecidas para proceder a la subcontratación, la falta de acreditación de la aptitud del subcontratista o de las circunstancias determinantes de la situación de emergencia o de las que hacen urgente la subcontratación, se establecen las siguientes consecuencias: (marcar lo que proceda)

X Penalidad del 10 por 100 del importe del subcontrato (indicar porcentaje, con un máximo del 50%).

28.8 Se prevén pagos directos a subcontratistas: **SI NO X**

### 29. CAUSAS ESPECIALES DE RESOLUCIÓN *(cláusula vigésimo séptima del PCAP)*

No procede.

### 30. UNIDAD RESPONSABLE DEL CONTRATO

Órgano de contratación: Dirección General de Ordenación del Juego

Órgano responsable de la contabilidad pública: Intervención Delegada en el Ministerio de Consumo

Órgano destinatario: Dirección General de Ordenación del Juego y Gabinete de Comunicación del Ministerio de Consumo.

El seguimiento y control de los trabajos objeto de este contrato se llevarán a cabo por un representante del Centro Directivo y por un representante del Gabinete del Ministro. La empresa adjudicataria deberá comunicar y justificar las incidencias que surjan en el desarrollo del contrato.

### 31. UNIDAD, TELÉFONO Y CORREO ELECTRÓNICO DE CONTACTO.

Gabinete de Comunicación del Ministerio de Consumo

Daniel Ayllón

e-mail: [dayllon@consumo.gob.es](mailto:dayllon@consumo.gob.es)



## APROBACIÓN

Visto el informe favorable de la Abogacía del Estado de , acuerdo su aprobación, de conformidad con el artículo 122.5 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

Hoja resumen visada por la Abogacía del Estado en fecha 11 de julio de 2023

En Madrid, a fecha de firma

EL MINISTRO DE CONSUMO

Alberto Garzón

EL DIRECTOR GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO

Mikel Arana Echezarreta