



MEMORIA JUSTIFICATIVA DE EXPEDIENTE PARA EL CONTRATO DE SERVICIO DE CREATIVIDAD, DISEÑO, REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA DEL MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030 CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA EXISTENCIA Y ALERTAR DEL USO QUE HACEN LAS PERSONAS MENORES DE EDAD DE LAS CAJAS BOTÍN Y SUS PELIGROS EN 2024

1. Denominación del contrato

Contrato de Servicio de creatividad, diseño, realización y producción de la campaña del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 20230 con el objetivo publicidad institucional dirigida 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 puedan entrañar.

2. Necesidad e idoneidad del contrato

La entrada en vigor de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego supuso el reconocimiento de un mercado de juego de ámbito estatal, incluyendo la creación de un mercado legal de juegos de azar online, al objeto de favorecer determinados intereses generales, en particular la lucha contra el fraude y la protección de la ciudadanía.

A lo largo de este tiempo de mercado regulado, el notorio aumento de los videojuegos, el cual 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.

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.

Es necesario 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, singularmente en el colectivo de menores de edad y las personas afectadas por trastornos de juego.

En este marco se circunscribe la necesidad de contratar una campaña de creatividad, diseño, realización y producción con el objetivo de dar a conocer la existencia y alertar del uso que hacen las personas menores de edad de las cajas botín y sus peligros.

Dado que la Dirección General de Ordenación del Juego no tiene las capacidades técnicas para realizar la misma se hace necesario licitar la misma a empresas especialistas dedicadas a ello, por eso se recurre a la contratación pública regulada en 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, garantía de que se respetan los principios de la contratación pública como son la igualdad, transparencia y no discriminación, eficiencia y eficacia.

3. Informe de insuficiencia de medios

Actualmente no existen los medios materiales ni humanos en la unidad para poder desarrollar este servicio. Tampoco existe contrato alguno que aporte este servicio, por lo que se manifiesta la necesidad de contar con recursos externos que mejoren la eficacia y eficiencia de las funciones de comunicación del Ministerio de derechos sociales, consumo y agenda 2030.

4. Responsable del contrato

Dirección General de Ordenación del Juego.

5. Objeto del contrato

El objeto del contrato es el servicio de creatividad, diseño, realización y producción de una campaña de publicidad institucional dirigida 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 puedan entrañar.

El trabajo a desarrollar por parte de la agencia de publicidad tendrá carácter integral e incluirá, como mínimo, los siguientes elementos:

- a) Creatividad, diseño, producción y desarrollo de piezas publicitarias de concienciación o de divulgación.
- b) Producción de las piezas de campaña.

6. Presupuesto máximo de licitación

El presupuesto máximo asciende a 249.000,00 euros, sin IVA.

En los precios del contrato se entienden incluidos toda clase de gastos directos e indirectos que el adjudicatario deba realizar para el normal desarrollo de las prestaciones contratadas.

7. Duración del contrato

Sesenta días desde la formalización del contrato.

8. Cálculo de valor estimado

A los efectos del cálculo del valor estimado del contrato, tal como se prevé en el artículo 101 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, 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 como el contrato de un servicio de creatividad, diseño, realización y producción de la campaña del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 sobre estereotipos de género en la publicidad de juguetes, teniendo en cuenta que se trata de actividades de creatividad difícilmente estandarizables.

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), se calcula que el valor estimado del contrato asciende a 301.290,00 € (de los que 249.000,00 € corresponden al presupuesto neto de licitación y 52.290,00 € al Impuesto sobre el Valor Añadido, 21%), sin posibilidad de prórroga, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 101 de la Ley de Contratos del Sector Público.

EL DIRECTOR GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO

MIKEL ARANA ECHEZARRETA