

INFORME TÈCNIC

Identificació de l'expedient

Assumpte: Judici de valor: servei d'informació ambiental i campanya implantació
Expedient: 171/2025
Sol·licitant: Mesa de contractació

Fets

En data 27 de març de 2025 s'aprova l'expedient de contractació i els plecs de clàusules administratives particulars i de prescripcions tècniques per a la contractació del Servei d'informació ambiental i de la campanya d'implantació del nou model de recollida de residus porta a porta del municipi d'Ascó, mitjançant procediment obert simplificat.

Durant el termini establert es presenten un total de 5 empreses:

- ECOSTUDI SIMA SL
- AMBIENS GESTIÓ DE RECURSOS AMBIENTALS SL
- ARUM CONSULTORIA AMBIENTAL SLU
- A2Z Environmental and Engineering Services SL
- SM, SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, SL

En data 22 d'abril de 2025 es reuneix la Mesa de Contractació per procedir a l'obertura dels sobres A i B que contenen, respectivament, la documentació administrativa i la documentació a valorar amb criteris d'adjudicació subjectius.

Aquest informe té l'objectiu de valorar els criteris d'adjudicació sotmesos a judici de valor.

Fonaments de dret

La valoració de les propostes ha estat efectuada seguint les determinacions descrites en la clàusula 10.1. del plec de clàusules administratives particulars, que diu que:

L'assignació dels criteris que depenen d'un judici de valor es realitzarà en base a la rellevància de la proposta amb resultat: Excel·lent, Notable, Acceptable o Insuficient.



La puntuació s'assignarà d'acord amb la proposta que resulti més completa i més beneficiosa per a l'Ajuntament, atorgant a la resta de propostes la puntuació corresponent d'acord als següents paràmetres:

EXCEL·LENT o MOLT RELLEVANT (100%): Proposta innovadora que satisfaci plenament les necessitats de l'Ajuntament i aportï avantatges excel·lents i rellevants en quant a qualitat, exhaustivitat, coherència i adequació als recursos, millorant les expectatives del Plec amb un servei innovador, que denota seguretat i coneixement del territori per a la posada en marxa i posterior prestació del servei. El seu impacte es considera molt rellevant sobre l'optimització de recursos, idoneïtat operativa, tecnològica, mediambiental o de qualsevol altre àmbit a valorar.

NOTABLE O RELLEVANT (75%): Proposta que satisfà les necessitats reals de l'ajuntament, que aporta avantatges, supera les expectatives del Plec, però no es considera innovadora, i els avantatges no es consideren excel·lents. El seu impacte es considera rellevant sobre l'optimització de recursos, idoneïtat operativa, tecnològica, mediambiental o de qualsevol altre àmbit a valorar.

ACCEPTABLE O POC RELLEVANT (25%): Proposta que satisfà les necessitats reals de l'Ajuntament, aporta algun avantatge sobre els requeriments del Plec o aporta alguna innovació poc rellevant. El seu impacte es considera poc rellevant sobre l'optimització de recursos, idoneïtat operativa, tecnològica, mediambiental o de qualsevol altre àmbit.

INSUFICIENT O RELLEVÀNCIA INAPRECIABLE (0%): Proposta que no satisfà les necessitats mínimes de l'Ajuntament i no aporta avantatges rellevants sobre els requeriments del plec. El seu impacte es considera nul o fins i tot contraproduent pel conjunt del servei.

Contingut del pla de treball sotmès a judici de valor.

D'acord amb el punt 3 del plec de prescripcions tècniques, les empreses licitadores hauran de presentar un pla de treball en les seves ofertes que mostri una proposta metodològica de com desenvoluparà el servei objecte d'aquest contracte i haurà d'incloure, com a mínim, les fases, elements i accions descrites en l'apartat anterior. També en el document haurà de constar clarament les hores de dedicació de cada fase, especificant també les hores del personal educador ambiental destinades a l'Oficina Porta a Porta, que no podran ser inferiors a 350.

El pla haurà de correspondre amb el contingut i estructura que es detallen a continuació:

1. MITJANS PERSONALS (3 punts)

Coneixement d'Ascó i dels serveis a realitzar.
Experiència del personal coordinador i educador ambiental.
Aportació de CV on es justifiqui l'experiència en treballs similars.

2. MITJANS MATERIALS (2 punts)

Descripció dels mitjans materials que es precisaran per dur a terme els serveis: equips



informàtics, de comunicació, mobiliari, etc.

3. PROPOSTA ORGANITZATIVA DEL SERVEI (12 punts)

Planificació, determinació i contingut del Pla de treball.

Definició de la campanya. Pla de comunicació: objectius específics, públics, estratègia, missatges, materials previstos, accions informatives, creativitat de la campanya (no el disseny) i cronograma d'execució de la campanya a domicilis, habitatges plurifamiliars, equipaments i activitats econòmiques.

Sistema d'associació de cubells/usuaris i creació de la base de dades. Tractament de dades personals.

4. AVALUACIÓ DEL SERVEI (3 punts)

Indicadors previstos per a l'avaluació de la campanya.

Model d'informe de finalització del servei.

Informe de valoració

CRITERI 1. MITJANS PERSONALS (màxim 3 punts).

Coneixement d'Ascó i dels serveis a realitzar.

Experiència del personal coordinador i educador ambiental.

Aportació de CV on es justifiqui l'experiència en treballs similars.

D'acord amb el punt 4 del plec tècnics, l'empresa adjudicatària designarà una persona amb formació adequada de llicenciatura, diplomatura o grau per fer les tasques de coordinació de la campanya amb una experiència mínima de coordinació de 3 campanyes de comunicació vinculades a canvis de model de recollida selectiva de residus; i una persona informadora amb una experiència mínima d'un any com a educadora ambiental en campanyes de comunicació vinculades a la implantació de nous serveis o canvis de model de recollida selectiva de residus.

A continuació es descriu la proposta de cada empresa:

ECOSTUDI

L'empresa presenta un equip de treball multidisciplinar i transversal, amb un director de campanya, un coordinador de campanya, un responsable de comunicació, dos educadors ambientals i tècnics de residus. En el cas del coordinador del projecte, presenta un perfil de cicle formatiu de grau superior, inferior al requerit en els plecs. Pel que fa al perfil educador ambiental, s'afirma que quan es faci la seva contractació es requerirà formació i experiència en el camp de l'educació ambiental, experiència en la conducció de grups i/o entrevista amb persones, i coneixements sobre la gestió de residus.



Aporta un llistat d'estudis i campanyes desenvolupades per l'equip de treball en diferents municipis, el que denota coneixement i experiència en els serveis a realitzar, però no justifica coneixement d'Ascó, tot i que determina que vetllarà perquè els educadors ambientals contractats siguin persones d'Ascó.

Defineix la dedicació en hores i les tasques segons rol del personal. Les hores destinades a l'Oficina porta a porta per part del personal educador ambiental no són inferiors a 350.

Altament, presenta un pla d'estabilitat de recursos humans.

AMBIENS

L'empresa presenta un equip format per una coordinadora de campanya i cap del projecte, amb titulació de llicenciatura i àmplia experiència en coordinació i execució de campanyes de comunicació vinculades a canvis de model de recollida selectiva de residus; i un perfil requerit en la contractació del personal educador ambiental, que haurà de ser resident al municipi o comarca i/o amb coneixement del territori, amb experiència en el camp de l'atenció al públic / informació i coneixements sobre la gestió de residus. Determina la formació de 20 hores en gestió de residus i comunicació assertiva que rebrà la persona contractada amb perfil d'educadora.

Presenta un quadre resum amb els recursos humans i les unitats/hores de dedicació a cada actuació/material. Les hores destinades a l'Oficina porta a porta per part del personal educador ambiental no són inferiors a 350.

ARUM

L'empresa presenta un equip de campanya format per una coordinadora del projecte amb titulació de grau i àmplia experiència en coordinació i execució de campanyes de comunicació vinculades a la millora de la recollida selectiva i implantació de nous models de recollida selectiva. També aporta dos perfils d'informadors ambientals amb àmplia experiència com educadors ambientals. Finalment, també aporta un equip de comunicació i disseny gràfic per produir tots els dissenys dels materials de campanya i altres elements comunicatius.

Desglossa en el seu pla de treball les hores de dedicació a cada fase, especificant també les hores del personal educador ambiental destinades a l'Oficina Porta a Porta, que no són inferiors a 350.

Justifica el seu coneixement del territori, doncs és proveïdora de serveis del municipi des de l'any 2018 i compta amb més de 18 anys d'experiència en el sector dels serveis objecte d'aquest contracte.

A més, per garantir la continuïtat del servei durant tota la campanya, exposa el seu pla d'estabilitat de personal.

A2Z

L'empresa presenta un equip de treball format per una coordinadora de campanya, un



educador ambiental, un oficial d'administració, un dissenyador gràfic i personal de suport. La coordinadora de campanya té formació en llicenciatura, però d'acord amb el CV aportat, no disposa de l'experiència mínima en coordinació de 3 campanyes de comunicació vinculades a canvis de model de recollida selectiva de residus. El personal destinat al rol d'educador ambiental dins el contracte tampoc no disposa d'una experiència mínima d'un any com a educador ambiental en campanyes de comunicació vinculades a implantació de nous serveis o canvis de model de recollida selectiva.

No justifica el coneixement del territori i en el seu llistat de projectes realitzats no consta cap relacionat amb el servei a realitzar. Tampoc consta en la seva proposta les hores de dedicació a cada fase, ni especifica les hores del personal educador ambiental destinades a l'Oficina Porta a Porta.

SM

L'empresa presenta una estructura de recursos humans destinats al servei formada per una direcció dels treballs, una coordinadora amb titulació de grau, un educador ambiental i un equip de suport en disseny gràfic i comunicació. Tant el perfil de coordinació com d'educació ambiental disposen de l'experiència requerida en els plecs.

No justifica tenir coneixent d'Ascó, i no aporta les hores de dedicació a cada fase, ni especifica les hores del personal educador ambiental destinades a l'Oficina Porta a Porta.

CONCLUSIONS I VALORACIÓ

Les propostes d'ARUM i SM presenten mitjans personals ajustats als requerits en els plecs, és a dir, un perfil coordinador amb estudis universitaris i experiència en coordinació i execució de campanyes de comunicació vinculades a la millora de la recollida selectiva i implantació de nous models de recollida selectiva; i un perfil educador amb experiència en campanyes, i les milloren incorporant un equip de comunicació i disseny al servei, i una figura de direcció dels treballs en el cas d'SM. No obstant això, ARUM justifica coneixement del territori i, a més, determina les hores de dedicació a cada fase, especificant també les hores del personal educador ambiental destinades a l'Oficina Porta a Porta, informació que no aporta SM.

La proposta d'ECOSTUDI, tot i no tenir els perfils determinats en els plecs, presenta una proposta organitzativa amb un director de campanya i tècnics de residus que poden complementar la figura de coordinador. A més, amb el llistat d'estudis i campanyes aportat, denota coneixement i experiència en els serveis a realitzar, però no en Ascó. També elabora en la seva proposta una relació molt detallada dels recursos humans assignats a cada fase, que es considera coherent i ajustada al pla de comunicació presentat, reforçada pel pla d'estabilitat de recursos humans.

La proposta d'AMBIENS conté els dos perfils de mitjans personals requerits en els plecs i determina les hores de dedicació a cada fase, especificant també les hores del personal educador ambiental destinades a l'Oficina Porta a Porta, però no garanteix coneixement del territori.



La proposta d'A2Z aporta un equip humà i una experiència que no encaixen amb els requeriments mínims d'experiència en el sector de l'educació ambiental i dels residus.

En conclusió,

ECOSTUDI: NOTABLE, doncs tot i no ser la millor proposta, presenta una assignació de mitjans que contribueix a millorar el servei.

AMBIENS: ACCEPTABLE, doncs tot i no ser la millor proposta, garanteix l'execució dels treballs mínims exigits en els plecs.

ARUM: EXCEL·LENT, doncs en comparació amb la resta de propostes, compleix tots els requeriments de formació i experiència del personal; coneixement dels serveis a realitzar; justifica coneixement d'Ascó; i defineix de forma coherent les hores de dedicació a cada fase.

A2Z: INSUFICIENT, doncs no compleix amb els mínims requerits en els plecs.

SM: ACCEPTABLE, doncs tot i no ser la millor proposta, garanteix l'execució dels treballs mínims exigits en els plecs.

ECOSTUDI	AMBIENS	ARUM	A2Z	SM
Notable	Acceptable	Excel·lent	Insuficient	Acceptable
2,25 punts	0,75 punts	3,00 punts	0,00 punts	0,75 punts

CRITERI 2. MITJANS MATERIALS (màxim 2 punts).

Descripció dels mitjans materials que es precisaran per dur a terme els serveis: equips informàtics, de comunicació, mobiliari, etc.

D'acord amb el punt 5 del plec tècnic, els mitjans materials a aportar per l'empresa adjudicatària seran: la indumentària del personal educador ambiental serigrafiada amb la imatge i els logos de la campanya; un carnet individual amb la fotografia de cada educador/a ambiental, amb la imatge i logos de la campanya; vehicles i elements de transport per al repartiment del material; els equips informàtics necessaris i suficients més l'accés a xarxa en cada punt d'actuació mitjançant els dispositius mòbils corresponents.

A continuació, es descriu la proposta de cada empresa:

ECOSTUDI

L'empresa ofereix per a l'oficina i atenció ciutadana: ordinador portàtil amb programari ofimàtic bàsic, accés a internet, impressora multifunció i mobiliari mínim (taula + dos cadires). Per al



sistema de registre d'entrega de material a usuaris aporta base de dades digital, formularis de lliurament amb identificació d'usuari i eines de vinculació del material entregat (codis QR, codis d'usuari, etc.). Finalment, per al personal estableix armilles amb logo de campanya, identificació visible amb foto i dades bàsiques, telèfons o tauletes per contactar en cas de dubtes o incidències, furgoneta per distribuir el material necessari als educadors i dos carretons lleugers per al transport dels kits durant les visites als domicilis.

AMBIENS

L'empresa ofereix per a la mobilitat del personal durant la campanya un vehicle Toyota híbrid. Per al personal educador ambiental, una credencial individual amb el seu nom i el logo de l'Ajuntament i una samarreta de màniga curta/llarga o un peto.

ARUM

L'empresa ofereix un ordinador o tauleta amb connexió a Internet, un smartphone amb connexió a Internet, projector, altaveu i micròfon, indumentària identificativa i targeta amb nom identificativa, carretó per a les visites a domicilis, material per a tallers a les escoles i altres eines i útils necessaris per a la correcta prestació de les campanyes.

A2Z

L'empresa no especifica en la seva oferta quins mitjans materials assignarà al servei.

SM

L'empresa ofereix, per a tot el personal implicat en la campanya: armilla multi butxaques – reflectant, identificacions, motxilla, mòbil smartphone amb connexió a Internet, ordinador portàtil (una unitat de cada material per informador/a). També es posa a disposició del servei una furgoneta lleugera per al transport de materials i del personal del servei, degudament identificada amb la imatge de l'Ajuntament i la campanya.

CONCLUSIONS I VALORACIÓ

Les propostes d'ECOSTUDI, ARUM i SM són complertes i garanteixen l'execució dels treballs mínims requerits als plecs, a més que el superen. En canvi, la proposta d'AMBIENS és incompleta i la de A2Z no conté aquesta informació.

En conclusió,

ECOSTUDI: EXCEL·LENT, doncs en comparació amb la resta de propostes presentades, presenta un servei més complert, amb més recursos i es situa com a millor proposta per sobre de la resta.

AMBIENS: INSUFICIENT, doncs no compleix amb els mínims requerits en els plecs.

ARUM: NOTABLE, doncs satisfà les necessitats reals de l'Ajuntament i aporta avantatges que



milloren el servei.

A2Z: INSUFICIENT, doncs no compleix amb els mínims requerits en els plecs.

SM: NOTABLE, doncs satisfà les necessitats reals de l'Ajuntament i aporta avantatges que milloren el servei.

ECOSTUDI	AMBIENS	ARUM	A2Z	SM
Excel·lent	Insuficient	Notable	Insuficient	Notable
2,00 punts	0,00 punts	1,50 punts	0,00 punts	1,50 punts

CRITERI 3. PROPOSTA ORGANITZATIVA DEL SERVEI (màxim 12 punts).

Planificació, determinació i contingut del Pla de treball.

Definició de la campanya. Pla de comunicació: objectius específics, públics, estratègia, missatges, materials previstos, accions informatives, creativitat de la campanya (no el disseny) i cronograma d'execució de la campanya a domicilis, habitatges plurifamiliars, equipaments i activitats econòmiques.

Sistema d'associació de cubells/usuaris i creació de la base de dades. Tractament de dades personals.

ECOSTUDI

L'empresa descriu un pla de comunicació adaptat a les característiques del municipi, de proximitat i amb participació i implicació de la ciutadania, desglossant el públic objectiu per adaptar el missatge i les actuacions a dur a terme. També determina que elaborarà un pla de mitjans que inclourà tant elements de difusió online com offline.

Presenta una proposta organitzativa del servei amb tres fases (les mateixes que es defineixen en els plecs).

Pel que fa a les actuacions de la fase de difusió prèvia, planteja les accions que s'enumeren en els plecs, sense desenvolupar-les més enllà de la descripció que aporta el plec, excepte el punt de creació de la marca i identitat corporativa, on fa una proposta d'eslògan, mostra exemples de la gràfica de la campanya i enumera els elements de difusió online i offline a incloure en el pla de mitjans; i el punt de pla de comunicació en xarxes, on proposa la creació d'un kit de comunicació a xarxes que contingui tots els recursos necessaris.

En proposa dues més:

- La creació d'un canal de comunicació directe amb la ciutadania via telèfon mòbil, un



perfil permanent de WhatsApp i un mail.

- La creació d'un vídeo de campanya.

Pel que fa a les actuacions de la fase d'implantació, planteja les accions que s'enumeren en els plecs sense desenvolupar-les més enllà de la descripció que aporta el plec.

En proposa tres més:

- Roda de premsa inicial de presentació de la campanya.
- Visites domiciliàries de repartiment dels kits als domicilis i establiments comercials que no s'hagin adherit per altres canals.
- Concurs per decorar cubells.

A més, ofereix la millora següent:

- 4 unitats més de les sessions informatives, és a dir, un total de 8 unitats.

Pel que fa a la fase de seguiment i post-implantació, planteja les accions que s'enumeren en els plecs, sense desenvolupar-les més enllà de la descripció que aporta el plec, excepte les visites a domicili, on proposa el format poming en cas de no trobar ningú a casa.

En proposa una més:

- Un sistema d'inspecció per al seguiment de la participació i resolució d'incidències del servei, atenció al públic, distribució de bosses, etc. Les incidències seran ateses en menys de 30 minuts.

No presenta un cronograma gràfic de les accions.

El sistema d'associació de cubells/usuaris i creació de base de dades el desenvoluparan aportant l'equipament informàtic necessari i una impressora, a més d'una app per recopilar dades.

La protecció de dades personals l'abordaran amb principis d'integritat i confidencialitat per garantir una seguretat adequada mitjançant l'aplicació de mesures tècniques o organitzatives apropiades i de conformitat amb la normativa vigent. Per aquest motiu, recopilaran l'autorització per part de la ciutadania del document de protecció de dades en format digital en el moment de lliurament del material mitjançant l'app anomenada en el paràgraf anterior. Tota la informació recopilada es lliurarà a l'Ajuntament.

Finalment, proposa un sistema de reunions de seguiment setmanal amb l'Ajuntament, reunions setmanals internes del propi equip de campanya i el lliurament d'un informe setmanal de seguiment de campanya i de balanç de les actuacions realitzades, un full de seguiment de les consultes rebudes, a més d'un calendari compartit de les actuacions que s'estan duent a terme en cada moment.



AMBIENS

L'empresa descriu una estratègia comunicativa fonamentada en la identificació i avaluació dels hàbits actuals, la segmentació del públic objectiu, l'exploració de diversos canals de comunicació i la participació ciutadana, entre d'altres.

Presenta una proposta organitzativa de la campanya estructurada en 3 parts (les mateixes que es defineixen en els plecs).

Pel que fa a les accions de la fase de difusió prèvia, planteja les accions que s'enumeren en els plecs i les desenvolupa breument. En el cas dels materials de comunicació, proposa adaptar-los a un format específic per als comerços i equipaments municipals per reforçar el missatge del nou model.

En proposa una més:

- La creació d'un vídeo tècnic-explicatiu del sistema porta a porta.

Pel que fa a les actuacions de la fase d'implantació, planteja totes les accions que s'enumeren en els plecs i les desenvolupa breument. Pel que fa a l'oficina porta a porta, proposa realitzar dos punts fixes "itinerants" en dos zones diferents del municipi.

Pel que fa a la fase de seguiment i post-implantació, planteja les accions que s'enumeren en els plecs i no desenvolupa les accions contractuals d'aquesta fase, més enllà de la descripció que aporta el plec, excepte les visites de repesca, on proposa fer-les els primers quinze dies de la fase i fer un màxim de 2 visites per domicili.

Presenta un cronograma gràfic de les fases adaptat a les accions proposades i coherent amb la planificació presentada.

El sistema d'associació de cubells/usuaris i creació de base de dades el desenvoluparan en coordinació amb l'empresa adjudicatària del servei i la tecnologia de vinculació, fent un registre exhaustiu dels kits entregats i dubtes exposats i resoltos.

En la seva proposta, l'empresa no descriu com durà a terme el tractament de dades personals.

Finalment, durant tota la campanya posa a disposició del projecte el coordinador del contracte per tal de realitzar les reunions i consultes que siguin necessàries amb l'Ajuntament. També la realització d'informes i registres del grau de participació ciutadana en les sessions informatives, l'Oficina porta a porta i en les visites de repesca.

ARUM

L'empresa descriu una estratègia de comunicació basada en crear elements plens de contingut i traslladar missatges de la forma més eficaç i directa possible, a través de canals i



eines de comunicació 2.0 i també els 1.0, basats en una anàlisi prèvia i de les característiques que faciliten la comunicació al municipi.

Presenta una proposta organitzativa de la campanya estructurada en 3 parts (les mateixes que es defineixen en els plecs).

Pel que fa a les actuacions de la fase de difusió prèvia, desenvolupa detalladament com durà a terme les accions contractuals d'aquesta fase.

En proposa dues més:

- Roda de premsa per presentar la posada en marxa del nou servei.
- Sessió informativa al personal municipal i creació d'un protocol d'informació i repartiment de material per quan acabi la campanya.

A més, ofereix les millores següents:

- 200 unitats més del butlletí informatiu, és a dir, un total de 1.000.
- 25 unitats més de cartells informatius, és a dir, un total de 75.

Pel que fa a les actuacions de la fase d'implantació, desenvolupa detalladament com durà a terme les accions contractuals d'aquesta fase.

En proposa dues més:

- Cartell "Adéu contenidors", que s'enganxaran als contenidors per anunciar el dia de la seva retirada i inici del porta a porta.
- 2 tallers pràctics a l'escola que complementaran la xarrada informativa prevista en els plecs.

A més, ofereix la millora següent:

- 3 sessions més personalitzades per a disseminats i plurifamiliars, és a dir, un total de 7.

Pel que fa a les actuacions de la fase de seguiment i post-implantació, desenvolupa detalladament com durà a terme les accions contractuals d'aquesta fase.

A més, ofereix la millora següent:

- 0,5 mesos més de personal informador a mitja jornada a l'Oficina porta a porta, és a dir, 2,5 mesos en total a mitja jornada, a banda del primer mes a jornada sencera.

Presenta un cronograma gràfic de les fases adaptat a les accions proposades i coherent amb la planificació presentada.



El sistema d'associació de cubells/usuaris i creació de base de dades el desenvoluparan en passos, partint del lliurament per part de l'usuari/ària de la carta de vinculació fins a la seva entrega.

El tractament de dades personals el duran a terme mitjançant la recopilació de cartes nominals que caldrà signar en el moment de lliurament del material, o digitalment en cas que la plataforma de vinculació disposi d'aquesta opció.

Finalment, proposa una metodologia de coordinació i treball basada en dos tipus de reunions:

- Reunions amb l'Ajuntament d'inici, de coordinació i seguiment, i de tancament.
- Reunions internes de l'equip vinculat al contracte.

També la compartició amb l'Ajuntament d'un calendari dinàmic que s'actualitzarà en funció de les tasques realitzades i d'una carpeta que emmagatzemarà tota la informació relacionada amb el servei, a més de l'elaboració de reports setmanals, informes mensuals i una memòria final.

A2Z

L'empresa proposa una campanya integral de sensibilització i comunicació ciutadana adaptada al context sociodemogràfic del municipi per garantir un alt índex de participació, satisfacció ciutadana i una sòlida comprensió del nou model de recollida de residus.

Presenta una proposta organitzativa de la campanya estructurada en 3 parts (les mateixes que es defineixen en els plecs).

Pel que fa a les actuacions de la fase de difusió prèvia, desenvolupa breument com durà a terme les accions contractuals d'aquesta fase, sense aportar més informació que la facilitada en els plecs. No inclou l'acció 12. Pla de comunicació a xarxes.

Pel que fa a les actuacions de la fase d'implantació, planteja les accions que s'enumeren en els plecs i desenvolupa breument com les durà a terme.

Pel que fa a les actuacions de la fase de seguiment i post-implantació, desenvolupa detalladament com durà a terme les accions contractuals d'aquesta fase. Destaca un sistema centralitzat de resposta a consultes rebudes per telèfon, correu electrònic o canals de xarxes socials del municipi que serà documentat mitjançant un registre digital.

En proposa quatre més:

- Desenvolupar i distribuir nous materials de comunicació tipus pòsters informatius, fulletons i contingut de xarxes socials per abordar els errors comuns observats durant la fase de seguiment.
- Analitzar dades operatives de taxes de participació, volum i materials lliurats pels usuaris, així com incidències notificades durant la recollida



- Realitzar enquestes breus i entrevistes informals per captar el sentiment de la comunitat i identificar àrees potencials de resistència i recopilar suggeriments de millora.
- Executar accions correctives específiques en zones problemàtiques.

No inclou l'acció 3. Infografia de resultats.

Presenta un cronograma gràfic de les fases adaptat a les accions proposades i coherent amb la planificació presentada.

En la seva proposta, l'empresa descriu que cada kit s'enllaçarà digitalment amb l'adreça del destinatari mitjançant un sistema d'etiquetatge i registre segur que registra noms, informació de contacte i preferències del servei. També que es coordinarà amb l'empresa contractista del servei per garantir la integració tecnològica i el compliment de les lleis de protecció de dades.

Finalment, presenta un pla de gestió de salut, seguretat i medi ambient basat en les normes ISO, amb la implementació de procediments de control intern de personal, despeses, recursos d'informació i documentació, per garantir uns estàndards elevats.

SM

L'empresa presenta una proposta organitzativa de la campanya estructurada en 3 fases (les mateixes que es defineixen en els plecs).

Pel que fa a les actuacions de la fase de difusió prèvia, desenvolupa detalladament com durà a terme les accions contractuals d'aquesta fase.

En proposa sis més:

- Disseny dels adhesius per a l'aportació de residus sanitaris.
- Vídeo informatiu.
- Cartell A3 per a comerços i equipaments sobre què dipositar a cada contenidor.
- Xerrada en vídeo.
- Material en pdf per a centres educatius, perquè treballin a l'aula el nou sistema de recollida.
- Notes de premsa i articles.

No inclou l'acció 16. Training corporatiu.

Pel que fa a les actuacions de la fase d'implantació, desenvolupa detalladament com durà a terme les accions contractuals d'aquesta fase.

Pel que fa a les actuacions de la fase de seguiment i post-implantació, desenvolupa



detalladament com durà a terme les accions contractuals d'aquesta fase. Destaca positivament l'operativa i gestió logística de les visites de seguiment d'activitats econòmiques i de pesca de domicilis que no contribueixen o ho fan de forma incorrecta.

No presenta un cronograma gràfic de les accions.

El sistema d'associació de cubells/usuaris i creació de base de dades es realitzarà amb el software i lectors facilitats per l'empresa de recollida i transport. La base de dades contindrà informació relativa al número de TAG, a les dades personals, permís de notificació electrònica i observacions per part de l'usuari/ària.

En la seva proposta, l'empresa no descriu com durà a terme el tractament de dades personals.

Finalment, exposa detingudament una proposta organitzativa del servei que inclou una reunió inicial entre empresa i Ajuntament amb els objectius, entre d'altres, de presentar l'equip i establir directrius. També aporta un pla de gestió per garantir una organització i un desenvolupament adequat dels treballs, orientat a l'assoliment dels objectius del projecte. Inclou la implementació d'un pla formatiu adreçat al seu equip, amb accions formatives inicials i de seguiment del projecte; l'establiment de canals i eines de comunicació; reunions periòdiques de coordinació i seguiment dels treballs; i un sistema de planificacions temporals mensuals, setmanals i diàries.

CONCLUSIONS I VALORACIÓ

Pel que fa a ECOSTUDI, la seva proposta compleix amb els mínims requerits en els plecs, però a grans trets no entra en detall sobre com desenvoluparà les accions. Ofereix sis elements addicionals que les complementen i una millora en les sessions informatives. Desenvolupa correctament els sistemes d'associació de cubell i de tractament de dades personals i estableix un bon sistema de comunicació amb l'Ajuntament per al seguiment del projecte.

La proposta d'AMBIENS compleix amb els mínims requerits en els plecs i defineix breument com desenvoluparà les accions plantejades, essent aquestes coherents i adequades als serveis que es volen prestar. Ofereix un element addicional. Presenta el sistema d'associació de cubells i estableix un sistema de comunicació empresa-ajuntament bàsic.

La proposta d'ARUM presenta un detall exhaustiu del desenvolupament de cadascuna de les accions mínimes. Proposa quatre elements addicionals i un total de quatre millores al servei. Desenvolupa correctament els sistemes d'associació de cubells i tractament dades personals i estableix un sistema de coordinació permanent entre empresa-ajuntament notable.

Pel que fa a A3Z, la seva proposta no compleix amb els mínims requerits en els plecs, ja que omet 2 accions clau: el pla de xarxes en la fase de difusió prèvia i la infografia de resultats en la fase de seguiment i post-implantació.



La proposta d'SM detalla exhaustivament la majoria de les accions a desenvolupar i en proposa sis més. Estableix un sistema de coordinació permanent entre ajuntament-empresa molt complet i idoni, però omet una acció de la primera fase: el training corporatiu.

En conclusió,

ECOSTUDI: NOTABLE, doncs tot i no ser la millor proposta presentada, ofereix un servei per sobre dels mínims exigits als plecs que contribueix a millorar-lo.

AMBIENS: ACCEPTABLE, doncs satisfà les necessitats reals de l'Ajuntament i aporta algun avantatge.

ARUM: EXCEL·LENT, doncs en comparació amb la resta de propostes presentades, presenta un servei més complet, amb més recursos i es situa com a millor proposta per sobre de la resta.

A2Z: INSUFICIENT, doncs no compleix amb els mínims requerits en els plecs.

SM: INSUFICIENT, doncs no compleix amb els mínims requerits en els plecs.

ECOSTUDI	AMBIENS	ARUM	A2Z	SM
Notable	Acceptable	Excel·lent	Insuficient	Insuficient
9,00 punts	3,00 punts	12,00 punts	0,00 punts	0,00 punts

CRITERI 4. AVALUACIÓ DEL SERVEI (màxim 3 punts).

Indicadors previstos per a l'avaluació de la campanya.

Model d'informe de finalització del servei.

D'acord amb el punt 5 del plec tècnic, en finalitzar el contracte, l'empresa adjudicatària haurà de lliurar a l'Ajuntament un informe de finalització del servei que contingui una anàlisi de la campanya executada, grau de participació de la ciutadania, detall de cadascuna de les actuacions dutes a terme, recompte del material lliurat, propostes personalitzades per millorar la recollida selectiva i tota la informació complementària que l'empresa consideri rellevant.

A continuació es descriu la proposta de cada empresa:

ECOSTUDI

L'empresa proposa dissenyar un sistema d'avaluació i seguiment continu al llarg de tota la campanya per determinar l'acceptació, comprensió i utilitat dels materials divulgatius i de les actuacions; la percepció de la ciutadania i del personal educador; i la viralitat de les accions



digitals.

Els indicadors proposats són 4 de coordinació i 9 de campanya.

El model d'informe de finalització del servei conté vuit punts que inclouen el contingut bàsic definit en els plecs i afegeixen addicionalment bases de dades d'actuacions, de les principals incidències i de les consultes rebudes amb la seva resposta; i un reportatge fotogràfic.

AMBIENS

Els indicadors de seguiment plantejats són 5 de desenvolupament de la campanya i 5 de seguiment de la campanya.

El model d'informe final s'estructura en tres punts que inclouen el contingut bàsic definit en els plecs.

ARUM

L'empresa proposa un sistema integrat d'informació i indicadors per a un major coneixement i millor seguiment dels resultats de la campanya.

Els indicadors proposats són 4 de coordinació, 13 de campanya i 5 de comportament, que es representaran al report de seguiment de forma numèrica, gràfica, en diagrames, icones o símbols.

A2Z

L'empresa no fa una proposta d'indicadors per a l'avaluació de la campanya.

Sí que aporta un esquema de l'informe de finalització del servei, que inclou el contingut bàsic definit en els plecs i afegeix una anàlisi del feedback de la comunitat; i els reptes trobats i mesures correctives adoptades.

SM

L'empresa, per avaluar l'èxit de la campanya, proposa 5 indicadors de comunicació, 2 indicadors de participació ciutadana i 7 indicadors de participació al sistema.

Proposa elaborar informes periòdics, de forma setmanal.

Pel que fa a la memòria final de campanya, l'empresa presenta un model amb setze punts. A banda del contingut bàsic definit en els plecs, inclou el detall del personal de l'equip que ha intervingut; programa temporal realitzat; gestió de les xarxes socials; incidències detectades i accions correctores desenvolupades; i reportatge fotogràfic. Destaca que es garanteix el lliurament d'aquest informe en un termini de 15 dies després de la finalització de la campanya.

CONCLUSIONS I VALORACIÓ



Pel que fa a ECOSTUDI, la seva proposta aporta millores i és molt completa, com en el cas d'SM, tot i que aquesta última es considera millor pels indicadors de participació ciutadana i pel model més ampli de memòria final de campanya.

Les propostes d'AMBIENS, ARUM i A2Z són bàsiques o els manca algun dels factors avaluable.

En conclusió,

ECOSTUDI: NOTABLE, doncs satisfà les necessitats reals de l'Ajuntament i aporta algun avantatge i millores que es consideren rellevants, com la presentació d'un model d'informe més complet que el d'AMBIENS.

AMBIENS: ACCEPTABLE, doncs satisfà les necessitats reals de l'Ajuntament i aporta algun avantatge.

ARUM: ACCEPTABLE, doncs satisfà les necessitats de l'Ajuntament i aporta algun avantatge.

A2Z: ACCEPTABLE, doncs satisfà les necessitats de l'Ajuntament de forma molt bàsica.

SM: EXCEL·LENT, doncs en comparació amb les altres propostes presentades, descriu un sistema d'indicadors de participació ciutadana molt complet i detallat, que aportarà molta informació sobre el grau de participació de la ciutadania tant pel que fa a la implicació com a la contribució al sistema PaP. El seu model d'informe aporta millores, com el compromís de lliurament després de 15 dies de la finalització de la campanya.

ECOSTUDI	AMBIENS	ARUM	A2Z	SM
Notable	Acceptable	Acceptable	Acceptable	Excel·lent
2,25 punts	0,75 punts	0,75 punts	0,75 punts	3,00 punts



Conclusions

Els resultats obtinguts, desglossats per cada criteri, són els que es mostren en aquesta taula:

CRITERI	ECOSTUDI	AMBIENS	ARUM	A2Z	SM
1	2,25 punts	0,75 punts	3,00 punts	0,00 punts	0,75 punts
2	2,00 punts	0,00 punts	1,50 punts	0,00 punts	1,50 punts
3	9,00 punts	3,00 punts	12,00 punts	0,00 punts	0,00 punts
4	2,25 punts	0,75 punts	0,75 punts	0,75 punts	3,00 punts
TOTAL	15,50 punts	4,50 punts	17,25 punts	0,75 punts	5,25 punts

Ascó, a data de signatura digital

