



Acta de la Mesa de contractació del "Servei per a l'elaboració de la Campanya de sensibilització per a la implantació del servei de recollida selectiva" EXP. 4051/2025

Núm. de la sessió: 2

Data: 14/07/2025

Horari: de 12:00 a 12:50 hores

Lloc: Videoconferència

Hi assisteixen:

- Domènec Massuet Torrent, President de la Mesa.
- Jordi Simó Boladeras, vocal cap de Medi Ambient.
- Ricard Argemí Santoja, vocal tècnic de Medi Ambient.
- Teresa Icardo Paredes, Vocal en representació de Secretaria.
- Alberto Fosal Navarro, Vocal en representació d'Intervenció.
- Pilar Duarte Montenegro, qui actua com a secretària de la Mesa.

El president declara constituïda la Mesa.

Per la Secretària de la Mesa es recorda que en data 10/07/2025 es va celebrar telemàticament la Mesa de contractació que va efectuar la qualificació prèvia de la documentació administrativa presentada mitjançant l'eina sobre digital, d'acord amb la qual els licitadors van aportar la documentació que requeria el plec de clàusules administratives particulars, resultant admeses a la licitació 2 ofertes.

A continuació, es va procedir a l'obertura dels sobres mitjançant aplicació de clau a facilitar per les empreses i a lliurar la memòria relativa als criteris d'adjudicació que depenen d'un judici de valor a les tècniques del servei, als efectes del seu informe en relació a la valoració.

A continuació, es procedeix a donar lectura de l'informe de valoració emès per els tècnics, el qual consta adjuntat a l'expedient i que literalment és com segueix:

"

INFORME TÈCNIC, de 14/07/2025, relatiu a la revisió i la valoració tècnica de les propostes presentades a la licitació del servei de campanya d'educació i sensibilització ambiental del nou servei de recollida selectiva / 2025-2026

ASSUMPTE: Revisió i avaluació tècnica de les propostes presentades a la licitació del servei de campanya d'educació i sensibilització ambiental per a la implantació del nou servei integral de recollida selectiva dels residus municipals d'Arenys de Mar / 2025-2026.

En qualitat de membres de la mesa de contractació del servei de campanya d'educació i sensibilització ambiental per a la implantació del nou servei integral de recollida selectiva dels residus municipals d'Arenys de Mar, en **Ricard Argemí Santonja**, Tècnic de Medi Ambient de l'Ajuntament d'Arenys de Mar, i en **Jordi Simó Boladeras**, Llicenciat en Ciències Ambientals i exercint les funcions de Cap de Medi Ambient de l'Ajuntament d'Arenys de Mar, emeten el següent **INFORME TÈCNIC** en relació a l'assumpte exposat:

ANTECEDENTS

Propostes revisades

S'ha revisat i avaluat des del punt de vista tècnic les propostes presentades per les següents empreses:

TALHER SA.

ECOSTUDI SIMA SL.



Documentació de referència

Per a la revisió i avaluació de la oferta presentada s'han pres en consideració els següents documents reguladors:

"Plec de clàusules administratives que han de regular la licitació mitjançant procediment obert, tramitació ordinària, de la prestació del servei anomenat de campanya d'educació i sensibilització ambiental per a la implantació del nou servei integral de recollida selectiva dels residus municipals d'Arenys de Mar". En endavant, es coneix també com a PCAP.

"Plec de prescripcions tècniques (PPT) per a la contractació del servei de campanya d'educació i sensibilització ambiental per a la implantació del nou servei integral de recollida selectiva dels residus municipals d'Arenys de Mar / 2025-2026". En endavant, es coneix també com a PPT.

Criteris tècnics de valoració

Tal i com disposa el PCAP, la valoració de les propostes presentades i admeses a les licitació es farà a partir de l'aplicació dels següents criteris, amb una puntuació màxima global de **100,00 punts**:

- 1) Criteris d'adjudicació mitjançant judici de valor (fins a **35,00 punts** com a màxim).
- 2) Criteris avaluables de manera automàtica o mitjançant fórmules (fins a **65,00 punts** com a màxim).

En el marc del present informe, s'han d'avaluar les propostes presentades a partir de l'aplicació dels **criteris d'adjudicació mitjançant judici de valor**, amb una **puntuació màxima de 35,00 punts**. Aquests criteris i les seves puntuacions parcials es detallen a continuació:





CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT UN JUDICI DE VALOR		35,00 punts
Codi	Criteris avaluables mitjançant un judici de valor	Puntuació màxima
1.1	Proposta d'estratègia comunicativa integral de la campanya, d'acord amb el punt 4.2.1. del PPT, amb un avanç de la línia de disseny que l'empresa licitadora oferirà i de possibles missatges centrals de la campanya.	9,00 punts
	Justificació de l'estratègia comunicativa: detall i concreció, coherència, adequació als objectius del plec, adequació a la realitat del territori i calendari ajustat als objectius del plec	4,50 punts
	Originalitat, creativitat, oportunitat i singularitat de la proposta gràfica que s'oferirà.	4,50 punts
1.2	Proposta gràfica dels materials de difusió previstos, amb plasmació de la imatge i del missatge de la campanya i amb les principals característiques gràfiques que s'aportaran (tipologia de lletra, imatges, il·lustracions, colors, composicions, etc.).	9,00 punts
	Aportació d'una proposta gràfica per a tots els materials que s'han relacionat (6 tipologies diferents), en un format digital estàndard.	3,00 punts
	Composició gràfica dels materials que integri el concepte, imatge i missatge de campanya, que sigui atractiu per captar l'atenció i que faciliti la ràpida comprensió per part de les persones receptors.	3,00 punts
	Coherència i homogeneïtat gràfica dels diversos materials, amb una mateixa línia d'estil.	3,00 punts
1.3	Proposta d'organització i distribució territorial i temporal dels punts informatius durant tota la campanya, que permeti arribar al màxim de població resident i estacional de la vila.	3,00 punts
	Coherència del conjunt de la proposta de punts informatius i complementarietat amb les visites porta a porta informatives.	0,50 punts
	Màxima cobertura temporal possible dels punts informatius.	0,50 punts
	Adequació de la proposta de punts informatius a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població.	1,00 punts
	Adequació de la proposta de punts informatius a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional.	1,00 punts
1.4	Proposta d'organització i distribució de les visites porta a porta de llars i establiments del teixit socioeconòmic durant tota la campanya, que permeti arribar al màxim de població resident i estacional de la vila i a la totalitat dels grans productors.	3,00 punts
	Coherència del conjunt de la proposta de visites porta a porta i complementarietat amb els punts informatius.	0,50 punts
	Màxima cobertura temporal possible de les visites porta a porta.	0,50 punts
	Adequació de la proposta de visites porta a porta a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població.	1,00 punts
	Adequació de la proposta de visites porta a porta a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional.	1,00 punts
1.5	Proposta de cronograma temporal del desenvolupament de tota la campanya, amb el detall de les fases 1, 2 i 3 previstes, que garanteixi el major impacte informatiu i el seu creixement progressiu fins a l'inici del nou servei de recollida selectiva	3,00 punts
	Grau de detall i exhaustivitat del cronograma temporal, amb totes les accions de campanya previstes.	0,50 punts
	Encaix i complementarietat de la proposta amb la data prevista d'inici de servei.	0,50 punts
	Adequació de la proposta a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població.	1,00 punts
	Adequació de la proposta a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional.	1,00 punts
1.6	Proposta de seguiment del desenvolupament de la campanya, resultats obtinguts i mecanismes per a l'avaluació dels resultats	2,00 punts
	Estructura, organització i programari de la base de dades per registrar la participació a la campanya, amb tots els camps d'interès	1,00 punts
	Estructura dels models d'informes periòdics de control i seguiment de la campanya.	0,50 punts
	Estructura de la memòria final de campanya.	0,50 punts
1.7	Adaptació del material informatiu i divulgatiu a col·lectius amb dificultat per entendre el català.	3,00 punts
1.8	Adaptació del material informatiu i divulgatiu a col·lectius amb diversitat funcional (persones amb limitacions visuals, persones amb discapacitat psíquica, etc.).	3,00 punts
PUNTUACIÓ MÀXIMA TOTAL		35,00 punts

A continuació es detallen els diversos **criteris de valoració per judici de valor** que es consideraran per avaluar les propostes de les empreses licitadores, així com les categories de valoració i les puntuacions en cada cas:





- 1) Proposta d'estratègia comunicativa integral de la campanya, d'acord amb el punt 4.2.1. del PPT, amb un avanç de la línia de disseny que l'empresa licitadora oferirà i de possibles missatges centrals de la campanya (fins a un màxim de **9,00 punts**).

Les empreses licitadores han de presentar en llurs ofertes una proposta d'estratègia comunicativa integral de la campanya, d'acord amb el punt 4.2.1. del PPT, amb un avanç de la línia de disseny que l'empresa licitadora oferirà i de possibles missatges centrals de la campanya. No s'ha de crear una imatge de marca nova (un logotip), ja que aquesta imatge la cedirà l'Ajuntament en el seu moment.

En aquest sentit, les empreses licitadores han d'exposar sintèticament les seves propostes, han d'aportar exemples de resultats gràfics de campanyes similars que hagin desenvolupat, preferentment de models de recollida selectiva porta a porta amb elements d'aportació, i han d'avançar possibles missatges centrals de la campanya.

Criteri de valoració. L'avaluació d'aquesta proposta es realitzarà a partir de les següents valoracions parcials:

- o Justificació de l'estratègia comunicativa: detall i concreció, coherència, adequació als objectius del plec, adequació a la realitat del territori i calendari ajustat als objectius del plec, fins a un màxim de **4,50 punts**.
 - o Originalitat, creativitat, oportunitat i singularitat de la proposta gràfica que s'oferirà, fins a un màxim de **4,50 punts**.
- 2) Proposta gràfica dels materials de difusió previstos, amb plasmació de la imatge i del missatge de la campanya i amb les principals característiques gràfiques que s'aportaran (tipologia de lletra, imatges, il·lustracions, colors, composicions, etc.) (fins a un màxim de **9,00 punts**).

Les empreses licitadores han de mostrar com podria ser la proposta gràfica d'alguns dels materials de difusió previstos en el plec de prescripcions tècniques, per valorar quina línia de disseny se seguirà, amb la integració d'alguns possibles missatges que ja es puguin avançar.

Aquesta proposta ha d'incloure un exemple de les següents tipologies de materials, aprofitant dissenys que tinguin les empreses licitadores de campanyes similars per implantar models de recollida selectiva similars:

- o Carta informativa del nou servei.
- o Desplegable divulgatiu del nou servei.
- o Calendari imantat del nou servei per a les llars.
- o Cartell d'activitat divulgativa del nou servei (xerrades, punts informatius, etc.).
- o Lona divulgativa de carrer.
- o Adhesiu "Els contenidors marxem, arriba el porta a porta" (o similar).

Es valorarà la proposta gràfica que s'ofereixi en termes de composició, claredat de la informació, imatges o il·lustracions que s'empraran (per exemple, en els calendaris imantats), colors, tipologia i mida de lletra, etc. No es valoraran els continguts de cada material, atès que els continguts definitius els haurà de concretar i treballar l'empresa adjudicatària a partir de la formalització del contracte, de forma coordinada amb l'Ajuntament d'Arenys de Mar. Amb tot i per a una millor comprensió, la proposta gràfica de cada material hauria de presentar uns continguts que s'adeqüin, en la mesura del que sigui possible, al material en qüestió, podent-se aprofitar continguts que hagin elaborat les empreses licitadores per a altres contractacions similars i per a altres municipis.

Les propostes gràfiques s'han de presentar només en format digital, dins de la memòria tècnica o com a annexes a aquesta.

Criteri de valoració. L'avaluació d'aquesta proposta es realitzarà a partir de les següents valoracions parcials:

- o Aportació d'una proposta gràfica per a tots els materials que s'han relacionat (6 tipologies diferents), en un format digital estàndard. S'atorgaran 0,50 punts per cada proposta gràfica de material, fins a un màxim de **3,00 punts**.
- o Composició gràfica dels materials que integri el concepte, imatge i missatge de campanya, que sigui atraient per captar l'atenció i que faciliti la ràpida comprensió per part de les persones receptores, fins a un màxim de **3,00 punts**.
- o Coherència i homogeneïtat gràfica dels diversos materials, amb una mateixa línia d'estil, fins a un màxim de **3,00 punts**.





- 3) Proposta d'organització i distribució territorial i temporal dels punts informatius durant tota la campanya, que permeti arribar al màxim de població resident i estacional de la vila (fins a un màxim de **3,00 punts**).

Les empreses licitadores han de presentar una proposta d'organització i distribució territorial i temporal dels punts informatius durant tota la campanya (etapes A i B), que detalli, entre d'altra informació d'interès, ubicacions, calendaris, horaris i dotacions de personal. Aquesta proposta ha de tenir en compte el que determina el plec de prescripcions tècniques, la dualitat de punts fixos i mòbils i les possibles localitzacions d'aquests punts.

En el cas de l'etapa A de la campanya, la fita és arribar al màxim de població resident i estacional abans de la implantació del nou servei de recollida selectiva, prevista inicialment per a l'1 d'octubre de 2025. I s'ha de fer de forma complementària amb les visites porta a porta.

A grans trets, les propostes de punts informatius han de seguir les següents pautes genèriques:

- o S'han de programar a partir del 18 d'agost de 2025, no abans, per garantir que no passa un temps excessiu entre el moment que s'informa sobre el nou servei de recollida selectiva i es lliura el material necessari i l'inici del nou servei.
- o S'han d'aproximar el màxim possible al gruix de la població.
- o S'ha de preveure un reforç important (en termes d'horaris i personal) dels punts informatius les quatre setmanes prèvies a l'inici del nou servei de recollida selectiva.
- o S'ha de mantenir com a mínim un punt informatiu durant les 11 setmanes posteriors a l'inici del nou servei de recollida selectiva.

Per a l'etapa B de la campanya, les propostes de punts informatius han de reforçar la participació de la població i han de permetre, tanmateix, la distribució de nou material i també dels lots que es distribuïran durant l'etapa A però per a casos especials (persones novingudes, reposicions de materials, etc.).

Criteri de valoració. L'avaluació d'aquesta proposta es realitzarà a partir de les següents valoracions parcials:

- o Coherència del conjunt de la proposta de punts informatius i complementarietat amb les visites porta a porta informatives, fins a un màxim de **0,50 punts**.
- o Màxima cobertura temporal possible dels punts informatius, fins a un màxim de **0,50 punts**.
- o Adequació de la proposta de punts informatius a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població, fins a un màxim de **1,00 punt**.
- o Adequació de la proposta de punts informatius a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional, fins a un màxim de **1,00 punt**.

- 4) Proposta d'organització i distribució de les visites porta a porta de llars i establiments del teixit socioeconòmic durant tota la campanya, que permeti arribar al màxim de població resident i estacional de la vila i a la totalitat dels grans productors (fins a un màxim de **3,00 punts**).

Les empreses licitadores han de presentar una proposta d'organització i distribució territorial i temporal de les visites porta a porta de llars i establiments del teixit socioeconòmic durant tota la campanya, que integri, entre d'altra informació d'interès, sectors visitats, calendaris, horaris i dotacions de personal. Aquesta proposta ha de tenir en compte el que determina el plec de prescripcions tècniques.

En el cas de l'etapa A de la campanya, la fita és arribar al màxim de població resident i estacional abans de la implantació del nou servei de recollida selectiva, prevista inicialment per a l'1 d'octubre de 2025. I s'ha de fer de forma complementària amb els punts informatius.

A grans trets, les propostes de visites porta a porta han de seguir les següents pautes genèriques:

- o S'han de programar a partir del 18 d'agost de 2025, no abans, per garantir que no passa un temps excessiu entre el moment que s'informa sobre el nou servei de recollida selectiva i es lliura el material necessari i l'inici del nou servei.
- o S'han d'aproximar el màxim possible al gruix de la població.
- o S'ha de preveure un reforç important (en termes d'horaris i personal) de les visites porta a porta a grans productors i concertades a les llars les 4 setmanes prèvies a l'inici del nou servei de recollida selectiva.
- o S'han de mantenir les visites porta a porta per corregir incidències durant les 11 setmanes posteriors a l'inici del nou servei de recollida selectiva.





Per a l'etapa B de la campanya, les visites informatives han de reforçar la participació de la població, especialment en el cas d'aquells sectors, carrers i/o comunitats veïnals que registrin més incidències. També han de permetre la distribució de nou material i també dels lots que es distribuïran durant l'etapa A però per a casos especials (persones nouvingudes, reposicions de materials, etc.).

Criteri de valoració. L'avaluació d'aquesta proposta es realitzarà a partir de les següents valoracions parcials:

- o Coherència del conjunt de la proposta de visites porta a porta i complementarietat amb els punts informatius, fins a un màxim de **0,50 punts**.
 - o Màxima cobertura temporal possible de les visites porta a porta, fins a un màxim de **0,50 punts**.
 - o Adequació de la proposta de visites porta a porta a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població, fins a un màxim de **1,00 punt**.
 - o Adequació de la proposta de visites porta a porta a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional, fins a un màxim de **1,00 punt**.
- 5) Proposta de cronograma temporal del desenvolupament de tota la campanya, amb el detall de les fases 1, 2 i 3 de l'etapa A, que garanteixi el major impacte informatiu i el seu creixement progressiu fins a l'inici del nou servei de recollida selectiva (fins a un màxim de **3,00 punts**).

Les empreses licitadores han de presentar un cronograma temporal del desenvolupament de tota la campanya (etapes A i B), amb un major detall per a les fases 1, 2 i 3 de l'etapa A previstes en el plec de prescripcions tècniques.

Criteri de valoració. L'avaluació d'aquesta proposta es realitzarà a partir de les següents valoracions parcials:

- o Grau de detall i exhaustivitat del cronograma temporal, amb totes les accions de campanya previstes, fins a un màxim de **0,50 punts**.
 - o Encaix i complementarietat de la proposta amb la data prevista d'inici de servei, fins a un màxim de **0,50 punts**.
 - o Adequació de la proposta a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població, fins a un màxim de **1,00 punt**.
 - o Adequació de la proposta a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional, fins a un màxim de **1,00 punt**.
- 6) Proposta de seguiment del desenvolupament de la campanya, resultats obtinguts i mecanismes per a l'avaluació dels resultats (fins a un màxim de **2,00 punts**).

Les empreses licitadores han de presentar una proposta de seguiment i d'avaluació del desenvolupament de la campanya, per a les etapes A i B.

Criteri de valoració. L'avaluació d'aquesta proposta es realitzarà a partir de les següents valoracions parcials:

- o Estructura, organització i programari de la base de dades per registrar la participació a la campanya, amb tots els camps d'interès, fins a un màxim de **1,00 punts**.
 - o Estructura dels models d'informes periòdics de control i seguiment de la campanya, fins a un màxim de **0,50 punts**.
 - o Estructura de la memòria final de campanya, fins a un màxim de **0,50 punts**.
- 7) Adaptació del material informatiu i divulgatiu a col·lectius amb dificultat per entendre el català (fins a un màxim de **3,00 punts**).

El català ha de ser la llengua de referència de la campanya i, per tant, de tots els materials i de tots els continguts que s'han d'editar i produir. En tot cas, i durant el desenvolupament de la campanya, es podrien detectar casos puntuals de persones amb dificultat de comprensió del català, que cal considerar per garantir que la informació del nou servei arriba al conjunt de la població.

En aquest sentit, es valorarà que les empreses licitadores presentin una proposta d'adaptació del material informatiu i divulgatiu de la campanya per a col·lectius amb dificultat de comprensió del català, especialment per a persones nouvingudes a la vila. Aquesta adaptació ha de preveure la traducció dels continguts dels materials principals (carta informativa, desplegable i calendari imantat) a diverses llengües, com per exemple el castellà, l'anglès o l'àrab, entre d'altres, i la producció d'unes mínimes unitats d'aquests materials principals en aquestes llengües alternatives, en funció de les necessitats que es puguin detectar durant el desenvolupament de la campanya.





Criteri de valoració: s'atorgarà **3,00 punts** si es realitzarà l'adaptació del material informatiu als idiomes que es detecti que hi ha necessitat, amb la producció dels materials principals esmentats. En aquest supòsit, les empreses licitadores ho han d'especificar en la seva proposta tècnica i s'hi han de comprometre formalment. No s'atorgarà cap puntuació (0,00 punts) si no es realitzarà aquesta adaptació.

8) **Adaptació del material informatiu i divulgatiu a col·lectius amb diversitat funcional visual** (fins a un màxim de **3,00 punts**).

S'ha de considerar que hi poden haver persones amb diversitat funcional entre la població que serà objecte d'aquesta campanya, i que puguin tenir necessitats especials per poder accedir a la informació del nou servei de recollida selectiva.

En aquest sentit, es valorarà que les empreses licitadores presentin una proposta d'adaptació del material informatiu i divulgatiu de la campanya per a col·lectius amb diversitat funcional visual, és a dir, persones amb limitacions visuals greus (pèrdua de visió total o en un elevat percentatge). Aquesta proposta ha de preveure l'adaptació del disseny i l'edició dels materials principals (carta informativa, desplegable i calendari imantat) per a persones amb diversitat funcional visual i ha de preveure també la producció d'unes mínimes unitats en funció de les necessitats que es puguin detectar durant el desenvolupament de la campanya.

Criteri de valoració: s'atorgarà **3,00 punts** si es realitzarà l'adaptació del material informatiu per a la lectura de persones amb limitacions visuals, amb la producció dels materials principals esmentats. En aquest supòsit, les empreses licitadores ho han d'especificar en la seva proposta tècnica i s'hi han de comprometre formalment. No s'atorgarà cap puntuació (0,00 punts) si no es realitzarà aquesta adaptació.

La **puntuació** per a cadascun dels criteris de valoració es basarà en la **ponderació següent, que s'aplicarà sobre la puntuació màxima prevista**:

- **Excel·lent:** fins al 100%, partint de la ponderació màxima anterior.
- **Notable:** fins al 75%, partint de la ponderació màxima anterior.
- **Correcte:** 50%.
- **Insuficient:** fins al 25%, partint de la ponderació màxima anterior.
- **Deficient:** 0%.



REVISIÓ I AVALUACIÓ DE LES PROPOSTES TÈCNIQUES

Consideracions prèvies

En els punts que es detallen a continuació (2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 2.8 i 2.9) es justifica la distribució de la puntuació per a cadascun dels criteris esmentats a partir de la revisió que s'ha realitzat, i es justifica tanmateix les puntuacions assignades a cadascuna de les ofertes tècniques revisades que s'ha comprovat que compleixen les condicions fixades.

Proposta d'estratègia comunicativa integral de la campanya, d'acord amb el punt 4.2.1. del PPT, amb un avanç de la línia de disseny que l'empresa licitadora oferirà i de possibles missatges centrals de la campanya (fins a un màxim de 9,00 punts).

La puntuació màxima que poden rebre les ofertes presentades per aquest criteri serà de **9,00 punts**.

La **proposta de valoració** de les ofertes presentades és la següent:

- **TALHER SA: 8,10 punts.**
- **ECOSTUDI SIMA SL: 8,55 punts.**

A continuació es detallen i es justifiquen les valoracions de les ofertes presentades pels dos criteris de valoració establerts:

Justificació de l'estratègia comunicativa: detall i concreció, coherència, adequació als objectius del plec, adequació a la realitat del territori i calendari ajustat als objectius del plec, fins a un màxim de 4,50 punts.

TALHER SA

Es valora amb **4,05 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" per la banda baixa i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Aporten una proposta de l'estratègia comunicativa que aplicaran a la campanya, i detallen els principis, els objectius generals i els objectius específics que seran la referència de la campanya, tot i que són bàsicament els que detalla el PPT. També avancen la línia de disseny i els missatges centrals de la campanya.
- Exposen que crearan recursos i intervencions creatives, innovadores, progressives i participatives, i que aplicaran l'estratègia comunicativa també a través de les xarxes socials (Instagram i Facebook).

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **4,50 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Aporten una proposta molt detallada sobre l'estratègia comunicativa que posaran a disposició de la campanya, amb referències a aspectes clau com ara: pla de comunicació, identitat visual de la campanya, *claim* i concepte creatiu vinculat amb la recollida porta a porta [...CONFIDENCIAL...].
- Presenten algunes propostes de disseny i *claims*, que es podran adaptar amb la imatge que l'Ajuntament posarà a disposició de l'equip de la campanya.
- Ofereixen la creació d'un kit de comunicació a xarxes per a l'Ajuntament i altres prescriptors.

Originalitat, creativitat, oportunitat i singularitat de la proposta gràfica que s'oferirà, fins a un màxim de 4,50 punts.

TALHER SA

Es valora amb **4,05 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" per la banda baixa i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Presenten un exemple de proposta gràfica d'una campanya similar anterior, dissenyada per a un servei de recollida selectiva porta a porta.
- Demostren que tenen capacitat i recursos per dissenyar una campanya que sigui original, creativa i singular, tal i com es demana al PPT, i també per adaptar-se a les necessitats que planteja l'Ajuntament





ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb **4,05 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a “Excel·lent” per la banda baixa i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Presenten diversos exemples de propostes gràfiques de campanyes similars anteriors, dissenyades tant per a serveis de recollida selectiva porta a porta com de contenidors.
- Demostren que tenen capacitat i recursos per dissenyar una campanya que sigui original, creativa i singular, tal i com es demana al PPT, i també per adaptar-se a les necessitats que planteja l'Ajuntament d'Arenys de Mar per a la implantació del nou servei de recollida selectiva.

Proposta gràfica dels materials de difusió previstos, amb plasmació de la imatge i del missatge de la campanya i amb les principals característiques gràfiques que s'aportaran (tipologia de lletra, imatges, il·lustracions, colors, composicions, etc.) (fins a un màxim de 9,00 punts).

La puntuació màxima que poden rebre les ofertes presentades per aquest criteri serà de **9,00 punts**.

La **proposta de valoració** de les ofertes presentades és la següent:

- **TALHER SA: 8,35 punts.**
- **ECOSTUDI SIMA SL: 9,00 punts.**

A continuació es detallen i es justifiquen les valoracions de les ofertes presentades pels 3 criteris de valoració establerts:

Aportació d'una proposta gràfica per a tots els materials que s'han relacionat (6 tipologies diferents), en un format digital estàndard. S'atorgaran 0,50 punts per cada proposta gràfica de material, fins a un màxim de 3,00 punts.

TALHER SA

Es valora amb **2,50 punts**, atès que presenten 5 de les 6 tipologies de materials demanades en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Aporten cinc de les tipologies de materials demanades (carta informativa, desplegable divulgatiu, calendari imantat, cartell d'activitat, lona de carrer). També aporten el disseny dels adhesius de contenidors, tot i que aquest material no es demana ja que els contenidors es retiraran de la via pública. En relació als contenidors, es demanava un adhesiu per informar de la seva retirada. En conclusió, presenten 5 de les 6 tipologies de materials demanades, i per aquest motiu no s'ha pogut ponderar amb la puntuació màxima.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **3,00 punts**, atès que presenten 6 (la totalitat) de les tipologies de materials demanades en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Aporten sis de les tipologies de materials demanades (carta informativa, desplegable divulgatiu, calendari imantat, cartell d'activitat, lona de carrer i adhesiu de la retirada dels contenidors). Amb exemples de diverses campanyes que han realitzat. Compleixen, per tant, íntegrament amb el que se sol·licita.
- Presenten, a més, altres exemples de materials que plantegen emprar per a la campanya, com l'adhesiu del tèxtil sanitari, els penjadors informatius per a les portes, el vinilat d'autobusos urbans, els roll up, el calendari anual del servei o l'acreditació de l'equip de personal. Amb mostres d'altres campanyes que han realitzat.

Composició gràfica dels materials que integri el concepte, imatge i missatge de campanya, que sigui atraient per captar l'atenció i que faciliti la ràpida comprensió per part de les persones receptores, fins a un màxim de 3,00 punts.

TALHER SA

Es valora amb **2,85 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a “Excel·lent” per la banda baixa i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Presenten una mostra de materials d'una altra campanya realitzada, amb una composició gràfica que s'ajusta als paràmetres sol·licitats. Són materials visuals, que atreuen l'atenció i que poden captar l'interès de les





persones usuàries del servei de selectiva, i que tenen un estil i un disseny molt definit i aparentment ben treballat. I són materials que faciliten una ràpida comprensió dels missatges que es volen traslladar.

- Garanteixen la integració dels continguts, amb l'ús d'un llenguatge no sexista i inclusiu i adaptat a la diversitat de la societat. Exposen com ho portaran a la pràctica.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **3,00 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Presenten diverses mostres de materials d'altres campanyes realitzades, amb unes composicions gràfiques que s'ajusten als paràmetres sol·licitats. Són materials que destaquen per grafismes clars i entenedors, amb diversitat d'estils en funció del territori o població objecte de la campanya, que atreuen l'atenció i poden captar l'interès de les persones usuàries del servei de selectiva, i que tenen en cada cas uns estils i uns dissenys molt definits i aparentment ben treballats. I són materials que faciliten una ràpida comprensió dels missatges que es volen traslladar.
- Garanteixen un llenguatge inclusiu per arribar al conjunt de la població.

Coherència i homogeneïtat gràfica dels diversos materials, amb una mateixa línia d'estil, fins a un màxim de 3,00 punts.

TALHER SA

Es valora amb la puntuació màxima, **3,00 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Presenten una proposta de línia d'estil que seguiran en el disseny i l'edició de tots els materials de campanya, garantint la seva coherència i homogeneïtat. Amb el detall de la tipologia de lletra, les imatges, les il·lustracions o els colors.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **3,00 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Presenten una proposta de línia d'estil que seguiran en el disseny i l'edició de tots els materials de campanya, garantint la seva coherència i homogeneïtat. Amb el detall d'aspectes d'interès com els colors. I amb diversos exemples d'altres campanyes realitzades, que mostren la capacitat d'adaptació a les diverses realitats territorials.

Proposta d'organització i distribució territorial i temporal dels punts informatius durant tota la campanya, que permeti arribar al màxim de població resident i estacional de la vila (fins a un màxim de 3,00 punts).

La puntuació màxima que poden rebre les ofertes presentades per aquest criteri serà de **3,00 punts**.

La **proposta de valoració** de les ofertes presentades és la següent:

- **TALHER SA: 2,60 punts.**
- **ECOSTUDI SIMA SL: 2,45 punts.**

A continuació es detallen i es justifiquen les valoracions de les ofertes presentades pels 4 criteris de valoració establerts:

Coherència del conjunt de la proposta de punts informatius i complementarietat amb les visites porta a porta informatives, fins a un màxim de 0,50 punts.

TALHER SA

Es valora amb **0,40 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assolix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Presenten una proposta de punts informatius amb: [...CONFIDENCIAL...].
- Exposen un calendari setmanal dels punts informatius, amb les dedicacions horàries del personal.





- Detallen les dedicacions horàries totals per a cada fase de la campanya.
- Justifiquen una cobertura equilibrada a nivell territorial, dedicant un [...CONFIDENCIAL...] de les hores als sectors actuals i un [...CONFIDENCIAL...] als nous sectors porta a porta.
- Garanteixen la complementarietat amb les visites porta a porta.

Cal observar, però, algunes mancances:

- No es preveuen punts informatius els diumenges.
- No es detallen les ubicacions dels punts informatius mòbils.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb **0,25 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Correcte" i assoleix part de les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Presenten una proposta de punts informatius amb: [...CONFIDENCIAL...].
- Detallen les localitzacions dels punts informatius mòbils, i en el cas de les urbanitzacions, proposen posar un punt informatiu per [...CONFIDENCIAL...].
- Garanteixen la complementarietat amb les visites porta a porta.

Cal observar, però, algunes mancances:

- No exposen un calendari setmanal dels punts informatius, amb les dedicacions horàries del personal.
- No detallen la dotació de personal dels punts informatius.
- No detallen els horaris concrets dels punts informatius.

Màxima cobertura temporal possible dels punts informatius, fins a un màxim de 0,50 punts.

TALHER SA

Es valora amb **0,40 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Garanteixen la dotació de punts informatius durant totes les etapes i fases de la campanya. Tot i que cal notar la manca de la no cobertura, a priori, dels diumenges, especialment rellevant durant la fase de campanya prèvia a la implantació del nou servei.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb **0,40 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Garanteixen la dotació de punts informatius durant totes les etapes i fases de la campanya. Tot i que cal notar la manca de la no cobertura, a priori, dels diumenges, especialment rellevant durant la fase de campanya prèvia a la implantació del nou servei.

Adequació de la proposta de punts informatius a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població, fins a un màxim de 1,00 punt.

TALHER SA

Es valora amb la puntuació màxima, **1,00 punt**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Garanteixen l'aproximació al conjunt de la població amb punts informatius i mòbils distribuïts pel territori.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **1,00 punt**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Garanteixen l'aproximació al conjunt de la població amb punts informatius i mòbils distribuïts pel territori.





Adequació de la proposta de punts informatius a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional, fins a un màxim de 1,00 punt.

TALHER SA

Es valora amb **0,80 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Garanteixen una aproximació al conjunt de la població, també l'estacional. Tot i que hi ha la mancança dels diumenges, en aquest sentit cal tenir en compte que la població estacional acostuma a estar, sobretot, els caps de setmana i seria desitjable preveure la possibilitat de fer algun punt informatiu en diumenge també.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb **0,80 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Garanteixen una aproximació al conjunt de la població, també l'estacional. Tot i que hi ha la mancança dels diumenges, en aquest sentit cal tenir en compte que la població estacional acostuma a estar, sobretot, els caps de setmana i seria desitjable preveure la possibilitat de fer algun punt informatiu en diumenge també.

Proposta d'organització i distribució de les visites porta a porta de llars i establiments del teixit socioeconòmic durant tota la campanya, que permeti arribar al màxim de població resident i estacional de la vila i a la totalitat dels grans productors (fins a un màxim de 3,00 punts).

La puntuació màxima que poden rebre les ofertes presentades per aquest criteri serà de **3,00 punts**.

La **proposta de valoració** de les ofertes presentades és la següent:

- **TALHER SA: 2,60 punts.**
- **ECOSTUDI SIMA SL: 2,60 punts.**

A continuació es detallen i es justifiquen les valoracions de les ofertes presentades pels 4 criteris de valoració establerts:

Coherència del conjunt de la proposta de visites porta a porta i complementarietat amb els punts informatius, fins a un màxim de 0,50 punts.

TALHER SA

Es valora amb **0,40 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Presenten una proposta detallada de visites porta a porta, de dimarts a dissabte.
- Presenten un calendari setmanal de les visites porta a porta, amb les dedicacions horàries del personal.
- Garanteixen la complementarietat entre punts informatius i visites porta a porta.

Cal observar, però, algunes mancances:

- No es preveuen visites porta a porta els diumenges.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb **0,40 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Presenten una proposta detallada de visites porta a porta.
- Presenten una proposta detallada de guió a seguir per a les persones que facin les visites porta a porta.
- Garanteixen la complementarietat entre punts informatius i visites porta a porta.

Cal observar, però, algunes mancances:

- No es preveuen visites porta a porta els diumenges.





Màxima cobertura temporal possible de les visites porta a porta, fins a un màxim de 0,50 punts.

TALHER SA

Es valora amb **0,40 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Garanteixen la dotació de visites porta a porta durant totes les etapes i fases de la campanya. Tot i que cal notar la mancança de la no cobertura, a priori, dels diumenges, especialment durant la fase de campanya prèvia a la implantació del nou servei.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb **0,40 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Garanteixen la dotació de visites porta a porta durant totes les etapes i fases de la campanya. Tot i que cal notar la mancança de la no cobertura, a priori, dels diumenges, especialment durant la fase de campanya prèvia a la implantació del nou servei.

Adequació de la proposta de visites porta a porta a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població, fins a un màxim de 1,00 punt.

TALHER SA

Es valora amb la puntuació màxima, **1,00 punt**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Garanteixen l'aproximació al conjunt de la població amb visites porta a porta distribuïdes pel territori.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **1,00 punt**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Garanteixen l'aproximació al conjunt de la població amb visites porta a porta distribuïdes pel territori.

Adequació de la proposta de visites porta a porta a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional, fins a un màxim de 1,00 punt.

TALHER SA

Es valora amb **0,80 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Garanteixen una aproximació al conjunt de la població, també l'estacional. Tot i que hi ha la mancança dels diumenges, en aquest sentit cal tenir en compte que la població estacional acostuma a estar, sobretot, els caps de setmana i seria desitjable preveure la possibilitat de fer algunes visites en diumenge també.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb **0,80 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, cal destacar que:

- Garanteixen una aproximació al conjunt de la població, també l'estacional. Tot i que hi ha la mancança dels diumenges, en aquest sentit cal tenir en compte que la població estacional acostuma a estar, sobretot, els caps de setmana i seria desitjable preveure la possibilitat de fer algunes visites en diumenge també.

Proposta de cronograma temporal del desenvolupament de tota la campanya, amb el detall de les fases 1, 2 i 3 de l'etapa A, que garanteixi el major impacte informatiu i el seu creixement progressiu fins a l'inici del nou servei de recollida selectiva (fins a un màxim de 3,00 punts).

La puntuació màxima que poden rebre les ofertes presentades per aquest criteri serà de **3,00 punts**.

La **proposta de valoració** de les ofertes presentades és la següent:

- **TALHER SA: 2,80 punts.**





- **ECOSTUDI SIMA SL: 2,80 punts.**

A continuació es detallen i es justifiquen les valoracions de les ofertes presentades pels 4 criteris de valoració establerts:

Grau de detall i exhaustivitat del cronograma temporal, amb totes les accions de campanya previstes, fins a un màxim de 0,50 punts.

TALHER SA

Es valora amb la puntuació màxima, **0,50 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a “Excel·lent” i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Presenten un cronograma molt exhaustiu per al conjunt de la campanya (etapes A i B), que garanteix l'execució de les fases 1, 2 i 3 de l'etapa A abans de la data prevista d'implantació del nou servei de recollida selectiva (1 d'octubre de 2025). Es preveu iniciar els treballs de campanya durant el mes d'agost de 2025.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **0,50 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a “Excel·lent” i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Presenten un cronograma molt exhaustiu per al conjunt de la campanya (etapes A i B), que garanteix l'execució de les fases 1, 2 i 3 de l'etapa A abans de la data prevista d'implantació del nou servei de recollida selectiva (1 d'octubre de 2025). Es preveu iniciar els treballs de campanya durant el mes d'agost de 2025.

Encaix i complementarietat de la proposta amb la data prevista d'inici de servei, fins a un màxim de 0,50 punts.

TALHER SA

Es valora amb la puntuació màxima, **0,50 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a “Excel·lent” i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Garanteixen que els treballs de la campanya començaran durant el mes d'agost de 2025, i podran executar així les fases de pre-campanya i de campanya amb antelació suficient a la data prevista per a la implantació del nou servei de recollida selectiva (1 d'octubre de 2025).
- Encaixen, per tant, el desenvolupament de les fases inicials de la campanya amb l'inici del nou servei.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **0,50 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a “Excel·lent” i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Garanteixen que els treballs de la campanya començaran durant el mes d'agost de 2025, i podran executar així les fases de pre-campanya i de campanya amb antelació suficient a la data prevista per a la implantació del nou servei de recollida selectiva (1 d'octubre de 2025).
- Encaixen, per tant, el desenvolupament de les fases inicials de la campanya amb l'inici del nou servei.

Adequació de la proposta a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població, fins a un màxim de 1,00 punt.

TALHER SA

Es valora amb la puntuació màxima, **1,00 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a “Excel·lent” i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Presenten una proposta de campanya que s'adequa a la realitat territorial d'Arenys de Mar, tal i com s'ha destacat als apartats anteriors relatius als punts informatius i a les visites porta a porta.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **1,00 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a “Excel·lent” i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:





- Presenten una proposta de campanya que s'adequa a la realitat territorial d'Arenys de Mar, tal i com s'ha destacat als apartats anteriors relatius als punts informatius i a les visites porta a porta.

Adequació de la proposta a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional, fins a un màxim de 1,00 punt.

TALHER SA

Es valora amb **0,80 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Presenten una proposta de campanya que té en compte l'estacionalitat d'Arenys de Mar, factor que té una incidència evident en termes de població i d'activitat econòmica. En tot cas, no es pondera amb un nivell superior atès que en el cronograma no consten els diumenges com a dies de campanya, quan es considera que Arenys de Mar rep els caps de setmana el gruix de la població estacional.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb **0,80 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Presenten una proposta de campanya que té en compte l'estacionalitat d'Arenys de Mar, factor que té una incidència evident en termes de població i d'activitat econòmica. En tot cas, no es pondera amb un nivell superior atès que en el cronograma no consten els diumenges com a dies de campanya, quan es considera que Arenys de Mar rep els caps de setmana el gruix de la població estacional.

Proposta de seguiment del desenvolupament de la campanya, resultats obtinguts i mecanismes per a l'avaluació dels resultats (fins a un màxim de 2,00 punts).

La puntuació màxima que poden rebre les ofertes presentades per aquest criteri serà de **2,00 punts**.

La **proposta de valoració** de les ofertes presentades és la següent:

- **TALHER SA: 2,00 punts.**
- **ECOSTUDI SIMA SL: 1,75 punts.**

A continuació es detallen i es justifiquen les valoracions de les ofertes presentades pels 3 criteris de valoració establerts:

Estructura, organització i programari de la base de dades per registrar la participació a la campanya, amb tots els camps d'interès, fins a un màxim de 1,00 punts.

TALHER SA

Es valora amb la puntuació màxima, **1,00 punt**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Ofereixen l'ús de l'aplicació [...CONFIDENCIAL...] per a la integració de les dades de lliurament dels materials i de participació a la campanya per part de les persones usuàries.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb **0,75 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Notable" i assoleix en bona part les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP. De manera especial, es valora que:

- Exposen que desenvoluparan un software per a smartphone per al registre de visites efectuades, que han emprat en altres serveis similars. Tot i això, no concreten quina aplicació o programari serà, motiu pel qual no s'han ponderat amb un nivell superior aquesta proposta.

Estructura dels models d'informes periòdics de control i seguiment de la campanya, fins a un màxim de 0,50 punts.

TALHER SA

Es valora amb la puntuació màxima, **0,50 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assoleix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP:





- Detallen els models i els continguts dels informes de control i seguiment de l'execució de la campanya, per donar comptes de les tasques realitzades a l'Ajuntament d'Arenys de Mar.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **0,50 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP:

- Detallen els models i els continguts dels informes de control i seguiment de l'execució de la campanya, per donar comptes de les tasques realitzades a l'Ajuntament d'Arenys de Mar.

Estructura de la memòria final de campanya, fins a un màxim de 0,50 punts.

TALHER SA

Es valora amb la puntuació màxima, **0,50 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP:

- Detallen el model i el contingut de la memòria final d'execució de la totalitat de la campanya, per donar comptes de les tasques realitzades a l'Ajuntament d'Arenys de Mar.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **0,50 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP:

- Detallen el model i el contingut de la memòria final d'execució de la totalitat de la campanya, per donar comptes de les tasques realitzades a l'Ajuntament d'Arenys de Mar.

Adaptació del material informatiu i divulgatiu a col·lectius amb dificultat per entendre el català (fins a un màxim de 3,00 punts).

La puntuació màxima que poden rebre les ofertes presentades per aquest criteri serà de **3,00 punts**.

La **proposta de valoració** de les ofertes presentades és la següent:

- **TALHER SA: 3,00 punts.**
- **ECOSTUDI SIMA SL: 3,00 punts.**

A continuació es detallen i es justifiquen les valoracions de les ofertes presentades:

TALHER SA

Es valora amb la puntuació màxima, **3,00 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP:

- Presenten una proposta detallada i exhaustiva sobre aquest aspecte, i ofereixen la possibilitat de fer publicacions en castellà, anglès, àrab i altres idiomes en cas de necessitat. Un aspecte essencial per fer arribar la campanya al conjunt de la població.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **3,00 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a "Excel·lent" i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP:

- Presenten una proposta detallada i exhaustiva sobre aquest aspecte, i ofereixen la possibilitat de fer publicacions en castellà, anglès, àrab i altres idiomes en cas de necessitat. Un aspecte essencial per fer arribar la campanya al conjunt de la població.

Adaptació del material informatiu i divulgatiu a col·lectius amb diversitat funcional visual (fins a un màxim de 3,00 punts).

La puntuació màxima que poden rebre les ofertes presentades per aquest criteri serà de **3,00 punts**.

La **proposta de valoració** de les ofertes presentades és la següent:

- **TALHER SA: 3,00 punts.**





- **ECOSTUDI SIMA SL: 3,00 punts.**

A continuació es detallen i es justifiquen les valoracions de les ofertes presentades:

TALHER SA

Es valora amb la puntuació màxima, **3,00 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a “Excel·lent” i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP:

- Presenten una proposta detallada i exhaustiva sobre aquest aspecte, i ofereixen la possibilitat d'utilitzar materials i eines (com lectura fàcil, Braille, etc.) pensades per a col·lectius amb problemes de visió. Un aspecte essencial per fer arribar la campanya al conjunt de la població i per garantir que sigui el màxim d'inclusiva possible.

ECOSTUDI SIMA SL

Es valora amb la puntuació màxima, **3,00 punts**, atès que la proposta presentada es pondera com a “Excel·lent” i assolix les fites que es demanaven en el PPT i el PCAP:

- Presenten una proposta detallada i exhaustiva sobre aquest aspecte, i ofereixen la possibilitat d'utilitzar materials i eines (com lectura fàcil, Braille, etc.) pensades per a col·lectius amb problemes de visió. Un aspecte essencial per fer arribar la campanya al conjunt de la població i per garantir que sigui el màxim d'inclusiva possible.





SÍNTESI DE VALORACIONS

El resum de les puntuacions dels criteris tècnics valorables en funció d'un judici de valor és el següent:

CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT UN JUDICI DE VALOR		35,00 punts		
Codi	Criteris avaluables mitjançant un judici de valor	Puntuació màxima segons PCAP	Puntuació màxima TALHER SA	Puntuació màxima ECOSTUDI SIMA SL
1.1	Proposta d'estratègia comunicativa integral de la campanya, d'acord amb el punt 4.2.1. del PPT, amb un avanç de la línia de disseny que l'empresa licitadora oferirà i de possibles missatges centrals de la campanya.	9,00 punts	8,10 punts	8,55 punts
	Justificació de l'estratègia comunicativa: detall i concreció, coherència, adequació als objectius del plec, adequació a la realitat del territori i calendari ajustat als objectius del plec.	4,50 punts	4,05 punts	4,50 punts
	Originalitat, creativitat, oportunitat i singularitat de la proposta gràfica que s'oferirà.	4,50 punts	4,05 punts	4,05 punts
1.2	Proposta gràfica dels materials de difusió previstos, amb plasament de la imatge i del missatge de la campanya i amb les principals característiques gràfiques que s'aportaran (tipologia de lletra, imatges, il·lustracions, colors, composicions, etc.).	9,00 punts	8,35 punts	9,00 punts
	Aportació d'una proposta gràfica per a tots els materials que s'han relacionat (6 tipologies diferents), en un format digital estàndard.	3,00 punts	2,50 punts	3,00 punts
	Composició gràfica dels materials que integri el concepte, imatge i missatge de campanya, que sigui atractiu per captar l'atenció i que faciliti la ràpida comprensió per part de les persones receptors.	3,00 punts	2,85 punts	3,00 punts
	Coherència i homogeneïtat gràfica dels diversos materials, amb una mateixa línia d'estil.	3,00 punts	3,00 punts	3,00 punts
1.3	Proposta d'organització i distribució territorial i temporal dels punts informatius durant tota la campanya, que permeti arribar al màxim de població resident i estacional de la vila.	3,00 punts	2,60 punts	2,45 punts
	Coherència del conjunt de la proposta de punts informatius i complementarietat amb les visites porta a porta informatives.	0,50 punts	0,40 punts	0,25 punts
	Màxima cobertura temporal possible dels punts informatius.	0,50 punts	0,40 punts	0,40 punts
	Adequació de la proposta de punts informatius a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població.	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts
	Adequació de la proposta de punts informatius a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional.	1,00 punts	0,80 punts	0,80 punts
1.4	Proposta d'organització i distribució de les visites porta a porta de llars i establiments del teixit socioeconòmic durant tota la campanya, que permeti arribar al màxim de població resident i estacional de la vila i a la totalitat dels grans productors.	3,00 punts	2,60 punts	2,60 punts
	Coherència del conjunt de la proposta de visites porta a porta i complementarietat amb els punts informatius.	0,50 punts	0,40 punts	0,40 punts
	Màxima cobertura temporal possible de les visites porta a porta.	0,50 punts	0,40 punts	0,40 punts
	Adequació de la proposta de visites porta a porta a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població.	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts
	Adequació de la proposta de visites porta a porta a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional.	1,00 punts	0,80 punts	0,80 punts
1.5	Proposta de cronograma temporal del desenvolupament de tota la campanya, amb el detall de les fases 1, 2 i 3 previstes, que garanteixi el major impacte informatiu i el seu creixement progressiu fins a l'inici del nou servei de recollida selectiva.	3,00 punts	2,80 punts	2,80 punts
	Grau de detall i exhaustivitat del cronograma temporal, amb totes les accions de campanya previstes.	0,50 punts	0,50 punts	0,50 punts
	Encaix i complementarietat de la proposta amb la data prevista d'inici de servei.	0,50 punts	0,50 punts	0,50 punts
	Adequació de la proposta a la realitat territorial d'Arenys de Mar, garantint l'aproximació al conjunt de la població.	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts
	Adequació de la proposta a l'estacionalitat d'Arenys de Mar, garantint la participació de la població estacional.	1,00 punts	0,80 punts	0,80 punts
1.6	Proposta de seguiment del desenvolupament de la campanya, resultats obtinguts i mecanismes per a l'avaluació dels resultats.	2,00 punts	2,00 punts	1,75 punts
	Estructura, organització i programari de la base de dades per registrar la participació a la campanya, amb tots els camps d'interès.	1,00 punts	1,00 punts	0,75 punts
	Estructura dels models d'informes periòdics de control i seguiment de la campanya.	0,50 punts	0,50 punts	0,50 punts
	Estructura de la memòria final de campanya.	0,50 punts	0,50 punts	0,50 punts
1.7	Adaptació del material informatiu i divulgatiu a col·lectius amb dificultat per entendre el català.	3,00 punts	3,00 punts	3,00 punts
1.8	Adaptació del material informatiu i divulgatiu a col·lectius amb diversitat funcional (persones amb limitacions visuals, persones amb discapacitat psíquica, etc.).	3,00 punts	3,00 punts	3,00 punts
PUNTUACIÓ MÀXIMA TOTAL		35,00 punts	32,45 punts	33,15 punts

En conclusió, es proposen les següents puntuacions totals:

- **TALHER SA: 32,45 punts.**
- **ECOSTUDI SIMA SL: 33,15 punts.**

El que s'informa als efectes oportuns.

Ricard Argemí Santonja

Tècnic de Medi Ambient

Jordi Simó Boladeras

Ambientòleg / Cap de Medi Ambient"

Vista la puntuació proposada la Mesa la fa seva per unanimitat.



Atès que no hi ha més assumptes, el president senyala que es convoca la Mesa per a l'obertura sobre 3 que ha de contenir la del oferta econòmica i millores que han de ser objecte de valoració amb criteris d'adjudicació automàtics., previsiblement el dia 16 de juliol de 2025, a les 09:30 hores, en nova sessió telemàtica, aixecant la sessió actual de la qual, com a secretària, estenc aquesta acta.

El President,

La secretària de la Mesa

