

PLIEGO PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CAMPANAS DE CONCIENCIACIÓN PARA LA RECOGIDA SEPARADA DE BIORRESIDUOS



**ÁREA DE MEDIO AMBIENTE Y PLAYAS
AYUNTAMIENTO DE ALMUÑÉCAR**





Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia



Junta de Andalucía
Consejería de Sostenibilidad
y Medio Ambiente



Ayuntamiento
de Almuñécar

INDICE

ÍNDICE
1. ANTECEDENTES
2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN
3. PRESUPUESTO DE LICITACIÓN
4. PLAZO DE EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN
5. DESCRIPCIÓN DE LAS CAMPAÑAS A REALIZAR. REQUISITOS TÉCNICOS OBLIGATORIOS
6. RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS
7. PRUEBAS DE EJECUCIÓN
8. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN
9. RESPONSABLE DEL CONTRATO





PLIEGO PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CAMPANAS DE CONCIENCIACIÓN PARA LA RECOGIDA SEPARADA DE BIORRESIDUOS

1. ANTECEDENTES.

Priorizar la prevención y fomentar la recogida separada de los biorresiduos es uno de los mecanismos más efectivos para dar cumplimiento por un lado, a la Directiva 1999/31/CEE, relativa al vertido de residuos, y reducir drásticamente la entrada de material biodegradable en los vertederos con la consiguiente reducción de las emisiones de metano asociadas a la degradación de la materia orgánica en condiciones anaerobias, y por otro, es una pieza clave para alcanzar los objetivos de reciclado marcados por la *Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular*"

Para alcanzar los objetivos de reciclado marcados por dicha ley es necesario la implantación de la recogida separada de biorresiduos y su tratamiento posterior, para conseguir así, mejores resultados globales de recuperación de materiales.

La empresa adjudicataria, así como las posibles subcontratistas de esta prestación garantizarán el respeto al principio de «no causar un perjuicio significativo» (DNSH), así como el cumplimiento de la metodología de seguimiento de las ayudas conforme a lo previsto en el PRTR, en el artículo 5.2 del Reglamento (UE) número 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de febrero de 2021, y su normativa de desarrollo, en particular las vinculadas al cumplimiento de hitos y objetivos. En particular, se cumplirá con la Comunicación de la Comisión Guía técnica 2021/C 58/01, sobre la aplicación del principio de «no causar un perjuicio significativo», así como con lo requerido en la Decisión de Ejecución del Consejo relativa a la aprobación de la evaluación del Plan de recuperación y resiliencia de España (CID), y las condiciones del etiquetado climático y digital.

En cuanto al etiquetado verde y digital, las inversiones recogidas en el contrato son susceptibles de subvención C12.I03, que se incluyen en el campo de intervención con la etiqueta 042 "Gestión de residuos domésticos: medidas de prevención, minimización, separación, reutilización y reciclado" del Anexo VI del Reglamento (UE) 2021/241, con una contribución del 40% a los objetivos climáticos y del 100% a los objetivos medioambientales.

Respecto a las condiciones que deben cumplir las prestaciones establecidas en la evaluación de los aspectos del principio de DNSH (Do no significant harm) con relación a los seis objetivos medioambientales definidos en el Reglamento (UE) 2020/852, de 18 de junio de 2020 el resultado de dicha evaluación es que la medida, dada su naturaleza, tiene un impacto previsible nulo o insignificante sobre los objetivos medioambientales.





2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN.

El objeto del presente pliego de prescripciones técnicas es la realización de diferentes actividades de formación y difusión, relativas a concienciación y sensibilización medioambiental, orientadas a una adecuada y adaptada información a los diferentes usuarios implicados en la separación de biorresiduos para su posterior recogida mediante un sistema específico para este tipo de residuo.

Cualquier tipo de documentación generada durante la realización de estas actividades, deberán contener la información relativa a formar parte de la financiación de Fondos Europeos, así como, de los logos correspondientes que se indiquen. Así mismo, toda la información generada y los derechos de imagen de la campaña estará en posesión del Ayuntamiento de Almuñécar, por lo que no podrá reproducirse ni íntegra ni parcialmente para otro fin.

3 .PRESUPUESTO DE LICITACIÓN.

El Presupuesto Base de Licitación del presente contrato asciende a la cantidad de VEINTICINCO MIL NOVECIENTOS VEINTISIETE EUROS (25.927,00€), a cuya cantidad hay que sumar el importe correspondiente al IVA que asciende a la cantidad de CINCO MIL CUATROCIENTOS CUARENTA Y CUARO EUROS CON SESENTA Y SIETE CÉNTIMOS DE EURO (5.444,67 €) lo que hace un total de TREINTA Y UN MIL TRESCIENTOS SETENTA Y UN EUROS Y SESENTA Y SIETE CÉNTIMOS DE EURO (31.371,67 €).

No se admitirá ninguna oferta que supere el importe de la licitación ni el importe unitario establecido.

Se trata de un presupuesto finalista, con inversión del crédito en su totalidad. Las ofertas irán encaminadas a la mejora en la oferta presentada, así como, a las posibles mejoras en los criterios objetivos que las licitadoras estimen oportunas.

Los servicios a prestar, incluirán todos aquellos gastos inherentes a la propia ejecución del proyecto.

4. PLAZO DE EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN.

Se establece como periodo máximo de ejecución de la campaña el 30 de abril de 2026. En esta fecha deberán estar entregados todos los materiales, realizadas las acciones en redes, centros educativos, comunidades de vecinos y cualquier otra acción que la licitadora hubiera realizado en su oferta técnica.

5. DESCRIPCIÓN DE LAS CAMPAÑAS A REALIZAR. REQUISITOS TÉCNICOS OBLIGATORIOS.





Sin duda, este es un punto crucial en el desarrollo de la implantación de la recogida de biorresiduos. Debe existir una adecuada y adaptada información a todos los usuarios que en un momento determinado, deban depositar un residuo.

Las campañas informativas, se corresponden con la FASE I de la implantación y se han estructurado del siguiente modo:

FASE I: CAMPAÑAS DE FORMACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN	
ACCIONES A DESARROLLAR	CAMPAÑA INFORMATIVA A LOS EMPLEADOS PÚBLICOS, TRABAJADORES DEL SERVICIO DE RECOGIDA Y LIMPIEZA DE RSU Y CARGOS POLÍTICOS
	COMUNIDAD ESCOLAR
	CAMPAÑA ESPECÍFICA BOLSEO
	CAMPAÑA ESPECÍFICA COMUNIDADES CONTENEDORES PROPIOS.PaP
	CAMPAÑA ESPECÍFICA CONTENEDORES VIARIOS
	CAMPAÑA ESPECÍFICA GRANDES PRODUCTORES
	CAMPAÑAS GENERALES EN EVENTOS MUNICIPALES Y FESTIVIDADES
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DESTINADAS AL TURISTA Y PERSONAL CON ESTANCIAS CORTAS EN EL MUNICIPIO

A continuación se van a describir dichas acciones, pudiéndose modificar los títulos de las campañas específicas:

5.1- Campaña informativa a los empleados públicos, trabajadores del servicio de recogida y limpieza de RSU y cargos políticos. Acciones a realizar:

Jornada de formación e información del significado de la fracción orgánica y sus consecuencias en el actual sistema de recogida.

Se conformará una mesa de expertos entre los cuales intervendrán en distintas ponencias.

1- Experto comunicación medioambiental que enmarque la iniciativa en el actual marco legal y dentro de la agenda 2030 y la vehiculación de las ODS.

2- Experto en recogida y gestión de la fracción orgánica que plantee los pros y contras en los sistemas de recogida y la gestión de la fracción orgánica.

3- Experto en política local y/o técnico que haya conseguido implantar el sistema en algún municipio y nos dé una visión desde su experiencia.



Finalmente una mesa de trabajo abierta y unas conclusiones finales que pueden generar un documento para su posterior inclusión en el Argumentario general de la campaña.

5.2- Campaña específica Grandes Productores.

Dirigida al público específico que genera mayor cantidad de kilos y de manera más recurrente son los llamados grandes productores:

Acciones a realizar Grandes Productores:

La importancia de estos productores nos lleva a confeccionar acciones y material dirigido a su realidad. Entre las más destacables reseñamos.

-Campaña de concienciación de la introducción de la fracción orgánica. El título de la campaña será:

“Eres Grande para el futuro del Medio Ambiente”

Bajo este eslogan haremos pedagogía de lo que va a significar su aportación en la fracción orgánica. Además incidiremos en la necesidad de contar con su colaboración y su esfuerzo ya que son un porcentaje muy importante para los objetivos globales del municipio.

Además al hablar de un municipio turístico cobra mayor relevancia por la estacionalidad en la generación del orgánica.

Dentro de la campaña se repartirá material de la misma en las siguientes piezas:

- Póster identificativo
- Campaña de radio.
- Díptico o tríptico informativo.
- Pieza de PLV para cada establecimiento para visibilizar su implicación y colaboración.
- Creación del distintivo “Soy un Orgánico de los Grandes” que se entregará a todos los que se adhieran activamente a la campaña.
- Piezas para RRSS en las que se apoye y promocióne a los grandes productores y visibilizando su participación. Puede generar un video de adhesión.

5.3-Campaña Comunidad Educativa.

La llegada de la concienciación y la sensibilización a los centros educativos será a través del siguiente proyecto.

Campaña “La Orgánica se viene al Cole”

La aproximación al alumnado será a través de una serie de actividades en los distintos centros educativos de Almuñécar y La Herradura.



-Charla informativa sobre el significado de la fracción orgánica y su necesaria existencia para la Economía Circular.

-Fichas didácticas a realizar por parte del alumnado.

-Pase de videos explicativos sobre la fracción orgánica y su importancia en la sostenibilidad y dentro del marco de la agenda 2030.

-Taller de compostaje.

5.4- Campañas específicas por tipo de recogida: Bolseo puerta a puerta, Comunidades y Contenedores viarios (isla de contenedores)

La incorporación de la fracción orgánica al servicio habitual de recogida de residuos conlleva la información y explicación a cada uno de los distintos tipos de servicio la suma de la quinta fracción.

Dividimos en 3 tipologías de recogida:

- a) Bolseo o puerta a puerta. En zonas de difícil acceso de los servicios, centros históricos sobre todo y comunidades especiales.
- b) Comunidades de propietarios. Se da el caso concreto en nuestro municipio que existe la figura del contenedor de la comunidad que cada día se saca para su recogida. En este caso concreto cuentan con especial relevancia la figura del portero o personal encargado de su extracción a la vía pública.
- c) Contenedores viarios o islas de contenedores. La mayoría de la población hará el servicio habitual de recogida a través de los contenedores situados en las calles de la ciudad.

Para estas 3 realidades enfocaremos la información y la concienciación a través de distintas acciones como son:

Acciones concretas para Bolseo o puerta a puerta:

- Instalación de punto móvil o stand de información en los centros históricos y zonas relevantes. Allí a través de informador/a medioambiental se dará información del servicio del nuevo contenedor. A través de la interacción, con material específico y merchandising relacional se conseguirá una diseminación del mensaje.

Acciones concretas para Comunidades de propietarios:

- Jornada informativa y entrega de información directa para los porteros y empresas gestoras de las comunidades sobre la fracción orgánica.
- Visibilización a través de de cartelería exterior e interior en las comunidades sobre la importancia de la quinta fracción.
- Buzoneo a las comunidades con material explicativo de la fracción orgánica.

Acciones concretas para contenedores viarios:





- Visibilización en la isla de contenedores de la nueva fracción orgánica. Cartelería en punto de recogida y en islas de contenedores.

Acciones conjuntas para los 3 distintos tipos de recogida.

- Punto de información móvil semanal en mercados de la ciudad y zonas de especial afluencia. En ellos se informará de las distintas tipologías de recogida de orgánica según zona de residencia.
- Campaña a través de de RRSS de la implantación de la fracción.
- Presencia en web municipal.
- Campaña informativa en medios de comunicación locales tanto on line como off line. Con la inserción banners informativos con link a microsite propio. Con la remisión de notas de prensa informativas del servicio y de su ventaja social.
- Microsite específico de la fracción orgánica de su implantación y de su especial importancia en la Economía Circular y dentro del marco global de la agenda 2030 y con el trabajo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

5.5- Campaña en eventos municipales y festividades.

Nuestra realidad como pueblo costero, implica que nuestros eventos sociales y nuestras festividades vengan implícitamente ligadas celebraciones y reuniones en las que los residuos orgánicos son muy relevantes.

Por esto motivo haremos una campaña específica para el recuerdo y el refuerzo de la importancia de la fracción orgánica en estos eventos, festividades y actividades.

La campaña “No le des fiesta a la Orgánica” incidirá en el especial cuidado que debemos tener en estos momentos de esparcimiento con la fracción orgánica.

El residuo no se va de fiesta, nosotros si pero de una manera inteligente podemos disfrutar de las fiestas y eventos respetando el medio ambiente y vigilando la fracción orgánica y su destino final.

Acciones específicas para los eventos y fiestas.

- Diseño de imagen y campaña simpática y agradable tratando la fusión de disfrute y sostenibilidad.
- Reparto de chapas personalizadas con el eslogan.
- Diseminación de contenedores específicos y recogida de los mismos.
- Acción a través de RRSS de audiovisual adhoc de la campaña con mensaje explícito para ese período concreto.
- Cartelería específica y reparto en las asociaciones festivas, peñas, cofradías, etc





Cuando sea un evento público municipal de especial interés se instalará el PIO “Punto de Información Orgánico”. Enfocado a la disseminación del mensaje personalmente entre la ciudadanía.

5.6- Campaña dirigida al visitante ocasional y turista.

Estamos en un municipio turístico de primer nivel tanto por sus atractivos como por el número de visitantes y plazas hoteleras. Con más de 7.000 plazas hoteleras y rebasando el millón de pernoctaciones al año se hace imprescindible una acción-campaña específica para este segmento poblacional.

La campaña “**Tod@s de vacaciones menos la Orgánica**” llevará un mensaje de concienciación y sensibilización a tod@s los visitantes de nuestro municipio turístico.

Acciones específicas para “Tod@s de vacaciones menos la Orgánica”.

- Creación del material promocional de la campaña y entrega de PLV y punto de dispensación de información en todos los establecimientos hoteleros y de pernoctación del municipio.
- Acciones de información en cada plaza hotelera en colaboración con los mismos. Se dejará en todas las habitaciones y alojamientos una pequeña pieza informativa sobre la importancia de la fracción orgánica. Estimulamos su lectura y seguimiento con el lanzamiento de un **pequeño concurso** que sorteará 2 fines de semana en Almuñécar La Herradura con todos los gastos pagados a los participantes de la misma. Esta iniciativa nos servirá para ganar visibilidad y para generar feedback a las acciones específicas que se van a realizar.
- Actividad “**Soy un visitante Sexi y Orgánico**”. Un punto de información itinerante entre todas las playas del municipio y puntos de interés turístico con un photocall simpático y divertido repartirá premios a los que se acerquen, escuchen nuestras buenas prácticas y le den visibilidad a través de sus redes sociales.

6. RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS

6.1 Recursos humanos

El adjudicatario deberá contar con un **equipo multidisciplinar** con experiencia acreditada en comunicación, sostenibilidad y participación ciudadana:

Perfil	Funciones
Director/a de Estrategia	Dirección global, coordinación institucional y supervisión metodológica.
Responsable Creativo	Definición de mensajes clave, narrativa y contenidos.
Coordinador/a de Participación	Planificación y ejecución de acciones en campo.
Director/a de Arte y Diseño	Lenguaje visual, diseño de materiales.
Educador/a Ambiental	Diseño e impartición de talleres y acciones educativas.
Equipo de informadores/as	Atención ciudadana y dinamización en puntos informativos.





6.2 Recursos materiales

En lo que respecta a los recursos materiales, las licitadoras expresarán en su Memoria Técnica el tipo de material a emplear y su utilización. La edición e impresión de estos materiales, correrán a cargo de la adjudicataria, quedando propiedad intelectual y de reproducción de dichos materiales en manos del Ayuntamiento dichos materiales que se deberán aportar en formatos editables y de calidad.

Todos los recursos deberán cumplir criterios de sostenibilidad y accesibilidad.

7. PRUEBAS DE EJECUCIÓN

La ejecución de las acciones descritas en la Memoria Técnica, deberán certificarse a fin de justificar la ejecución de las mismas, que deberán coincidir con la propuesta de la adjudicataria, correspondiendo a los servicios técnicos municipales la realización de las inspecciones pertinentes y aprobación de las mismas.

La recepción de los diferentes materiales y las acciones formativas tendrán lugar una vez finalizadas las acciones. Si los resultados son satisfactorios, los técnicos de Medio Ambiente darán por recibido el suministro y servicio prestado.

Toda la documentación, publicidad y materiales deberá recoger los distintos anunciadores de las ayudas de la Unión Europea obtenidas a través de los Fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia.

En cualquier caso y si tras la recepción del material se detectaran materiales defectuosos, el adjudicatario deberá reponer este material defectuoso sin coste alguno.

8. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Para la selección del adjudicatario se tendrán en cuenta los siguientes criterios y sus correspondientes ponderaciones, redondeando las valoraciones a dos decimales. El total de puntos a distribuir se hará sobre la base de **100 puntos totales**.

Los criterios de valoración de las ofertas que han de servir de base para la adjudicación del contrato son los siguientes:

8.1 CRITERIOS OBJETIVOS

- Criterio 1. REALIZACIÓN DE ACCIONES ADICIONALES.PUNTUACIÓN MÁXIMA 55 PUNTOS.



Realización de acciones en calle, adicionales a las propuestas en la Memoria Técnica, que se desarrollarán durante la campaña y que contarán con al menos un educador y material propio de la adjudicataria. Se establecen un total de 10 acciones de al menos un día de duración (8 horas) y con una puntuación máxima de 55 puntos. Las licitadoras ofertarán un número de acciones a fin de obtener esta puntuación, otorgándose una puntuación proporcional al número de acciones ofertadas, según la siguiente fórmula:

$$P_i = (P_i / P_m) * 55$$

Donde P_m es la oferta con mayor número de acciones ofertadas y P_i es la oferta que se está valorando.

La temática de las acciones propuestas estarán relacionadas con la temática general de la campaña de fracción orgánica.

8.2 CRITERIOS SUBJETIVOS

• Criterio 1. ELABORACIÓN DE UNA MEMORIA TÉCNICA DEL SERVICIO. PUNTUACIÓN MÁXIMA 45 PUNTOS.

Se trata de elaborar una Memoria Técnica de ejecución del servicio, que deberá seguir los siguientes epígrafes o apartados con la descripción que las licitadoras estimen oportuna:

CRITERIO	MEMORIA TÉCNICA	
	APARTADOS	PUNTUACIÓN
1	Imagen corporativa de la campaña	15
2	Plan de acciones y originalidad. Calidad y coherencia de la propuesta.	15
3	Metodología y materiales	10
4	Conocimiento del territorio	5

Las puntuaciones parciales por apartado son las que aparecen en la anterior tabla, y las puntuaciones a obtener por cada uno de estos apartados, se evaluarán siguiendo los criterios siguientes:

OFERTAS	PUNTUACIÓN ASIGNADA
Mejor oferta	100% de la puntuación del apartado
2ª Mejor oferta	50% de la puntuación del apartado
3ª Mejores oferta	25% de la puntuación del apartado
4ª y sucesivas	0 puntos

9. RESPONSABLE DEL CONTRATO.





Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia



Junta de Andalucía
Consejería de Sostenibilidad
y Medio Ambiente



Ayuntamiento
de Almuñécar

El Ayuntamiento designará el Técnico Responsable del Contrato, que mientras no se diga lo contrario será el mismo que firma este PPT, Jesús Ruiz Álvarez, Jefe del Servicio de Medio Ambiente y Playas.

**JEFE DEL SERVICIO DE
MEDIO AMBIENTE Y PLAYAS**

Fdo. Jesús Ruiz Álvarez

