

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DEL CONTRACTE DE SERVEIS D'INFORMACIÓ I COMUNICACIÓ MITJANÇANT LA FIGURA DELS INFORMADORS SOBRE TEMES RELACIONATS AMB EL DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ DE LA GERÈNCIA D'ÀREA DE SERVEIS URBANS I MANTENIMENT DE L'ESPAI PÚBLIC, GERÈNCIA D'ÀREA DE MOBILITAT, INFRAESTRUCTURES I OBRES I GERÈNCIA D'ÀREA D'URBANISME I HABITATGE, AMB L'APLICACIÓ DE MESURES DE CONTRACTACIÓ PÚBLICA SOSTENIBLE

ÍNDEX

1.	INTRODUCCIÓ.....	3
2.	OBJECTE DEL CONTRACTE	3
3.	DESCRIPCIÓ DEL SERVEI.....	4
4.	METODOLOGIA DE TREBALL.....	5
5.	EQUIP DE TREBALL.....	7
6.	CONDICIONS GENERALS DE PRESTACIÓ DEL SERVEI	8
	Condicions generals de l'equip de treball	8
	Reunions de seguiment	8
	Recursos materials	9
	Lloc i horari de prestació del servei.....	10
	Compliment del servei.....	10
7.	NORMES PER A L'EXECUCIÓ del CONTRACTE.....	11
	Propietat de les dades	11
	Condicions d'ús del material i imatge	11
	ANNEX 1.....	12

1. INTRODUCCIÓ

La Gerència de Serveis Urbans i Manteniment de l'Espai Públic, la Gerència de Mobilitat, Infraestructures i Obres i la Gerència d'Urbanisme i Habitatge (d'ara endavant, Gerències de SUMEP, MIO i UH) de l'Ajuntament de Barcelona, gestionen els serveis municipals relacionats amb l'espai públic i els serveis urbans essencials per millorar la qualitat de vida de les persones que viuen i treballen a la ciutat. L'Ecologia actua com a eix transversal que guia totes les polítiques de desenvolupament i transformació urbana. Això inclou l'urbanisme de proximitat, la mobilitat sostenible i la gestió eficient dels serveis urbans vinculats a l'aigua, els espais verds, l'energia i la via pública.

L'Ajuntament treballa per garantir un espai públic de qualitat, una ciutat verda i biodiversa, productiva i resilient, i una mobilitat activa i sostenible. Per aconseguir-ho, promou la implicació i el compromís de la ciutadania.

El Departament de Comunicació impulsa anualment un gran nombre de campanyes informatives sobre les diverses temàtiques que cal fer arribar a la ciutadania. Moltes d'aquestes campanyes requereixen accions informatives intensives i de proximitat, ja que una ciutadania ben informada és essencial per garantir la convivència i l'ús correcte dels serveis públics a la ciutat.

Tot i els recursos impresos i digitals dels quals disposa el departament, no sempre són suficients per arribar de manera efectiva a tota la població. És per això que, en determinades campanyes, especialment aquelles que tracten temàtiques complexes o normatives d'obligat compliment (com ara l'estacionament correcte de motocicletes, entre d'altres), és necessari reforçar la comunicació amb la presència d'informadors i informadores a peu de carrer.

Aquests equips tenen com a objectiu garantir que el missatge es transmeti de manera clara i entenedora, i fer aclariments personalitzats a la ciutadania. En aquest sentit, i atesa la necessitat de desplegar puntualment aquests perfils especialitzats, el Departament de Comunicació ha de disposar d'un mecanisme per contractar informadors i informadores quan la naturalesa de la campanya ho requereixi.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és la prestació del servei d'informació i comunicació adreçat a la ciutadania, comerços i entitats de la ciutat de Barcelona, mitjançant equips d'informadors/es, amb l'objectiu de sensibilitzar i conscienciar temes relacionats amb les Gerències de SUMEP, MIO i UH, així com els actes, esdeveniments i activitats que se'n derivin. El servei donarà suport al Departament de Comunicació d'aquestes gerències, amb l'aplicació de les mesures de contractació pública sostenible.

Els principals temes sobre els quals informaran els equips són els següents:

- Mobilitat sostenible
- Normativa d'ús de la via pública
- Transformacions de l'espai públic
- Espais verds

- Actes, jornades i activitats municipals de les Gerències de SUMEP, MIO i UH
- Obres
- Informació sobre processos participatius

3. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

L'adjudicatària prestarà el servei d'informació i comunicació mitjançant aquests dos tipus de campanyes:

a) Campanyes de comunicació i esdeveniments

Aquestes accions es realitzen quan hi ha esdeveniments especials com inauguracions, jornades de portes obertes, exposicions, fires, sessions de participació o actes populars.

El número concret total de recursos humans per a cada una de les campanyes vindrà determinat per l'estratègia i durada de cada campanya. El servei es prestarà mitjançant comandes puntuals, que es definiran segons les necessitats que comuniqui l'Ajuntament durant la vigència del contracte. En tot cas, el mínim de recursos humans previstos per a un dia (8 hores) és de:

- 1 coordinador/a
- 2 informadors/es

b) Campanyes temàtiques adreçades a col·lectius específics

Aquestes accions es centren en sectors concrets de la població per fomentar bones pràctiques i sensibilitzar sobre qüestions específiques. Exemples d'aquestes campanyes inclouen:

- Recollida d'excrements d'animals de companyia, dirigida als propietaris de mascotes.
- Respecte per la vegetació i la biodiversitat, enfocada als usuaris de parcs i jardins.
- Ús adequat de les zones d'aparcament per a motocicletes, adreçada als motoristes.

El número concret total de recursos humans per a cada una de les campanyes vindrà determinat per l'estratègia i durada de cada campanya. En tot cas, el mínim de recursos humans previstos per un dia (8 hores) és de:

- 1 coordinador/a
- 6 informadors/es

La previsió de campanyes de comunicació, així com els recursos humans necessaris, es detallen a l'Annex 1.

Organització d'una jornada tipus

A nivell d'un dia tipus, l'equip de coordinadors i d'informadors ha de realitzar les actuacions següents:

- Inici de la jornada al punt de trobada determinat per agafar el material necessari de la campanya informativa.
- S'inicia el recorregut per la zona o barri corresponent.

- Al finalitzar la jornada, el grup ha de tornar al punt de trobada per deixar els materials fins a l'endemà, en cas que sigui necessari.

4. METODOLOGIA DE TREBALL

Abans de formalitzar cada comanda, l'adjudicatària serà informada de l'estratègia de comunicació de l'acció a realitzar, per tal de concretar-ne l'abast. Es seguirà el següent circuit:

A. Precomanda: El Departament de Comunicació efectuarà la sol·licitud del servei mitjançant correu electrònic, on informará de les següents dades per a l'estratègia de cada campanya:

- Data d'inici i finalització de la campanya.
- Públic objectiu al qual s'adreça la comunicació.
- Àmbit territorial d'actuació, especificant si afecta un districte, barri o tota la ciutat.
- Missatges clau a transmetre.
- Continguts de la formació. El contingut tècnic de la formació serà proporcionat pel Departament de Comunicació. La proposta haurà de centrar-se, per tant, en el disseny i execució del pla formatiu, no en el contingut temàtic. És a dir, L'adjudicatària s'encarregarà del disseny logístic i metodològic de la formació (planificació, format, durada, dinamització, materials de suport, etc.), però no del contingut temàtic, que serà subministrat per l'Ajuntament.
- Material de difusió o marxandatge associat a l'acció informativa.

B. Confirmació de la comanda: Un cop el departament envii la sol·licitud del servei, l'adjudicatària haurà de confirmar la seva recepció mitjançant correu electrònic. A partir de la recepció de la comanda, l'adjudicatària disposarà dels següents dies per presentar el Pla d'Actuació:

- 5 dies hàbils en casos ordinaris.
- 3 dies hàbils en casos urgents.

El Pla d'Actuació ha d'incloure:

- L'objecte de l'actuació.
- Descripció del desenvolupament de la campanya.
- Àmbit territorial i temporal.
- Proposta del pla formatiu: metodologia, organització, recursos formatius, etc.
- Recursos humans i materials destinats.
- Descripció de l'estratègia, incloent-hi les tasques de l'equip i la seva coordinació.
- Pressupost.

C. Desenvolupament de les accions:

- Rapport de dades parcials: En alguns casos, prèvia indicació per part del Departament de Comunicació, l'adjudicatària haurà d'enviar periòdicament informes parcials amb les dades recollides de la campanya. La periodicitat i contingut d'aquests informes es definiran a la comanda corresponent i podran variar segons la durada i l'abast de la campanya. Aquestes

dades podran estar segmentades per períodes de temps determinats o per àrees específiques (per exemple, dades per districtes).

- L'adjudicatària haurà de garantir una correcta organització i gestió dels equips de treball.

D. Fi de les accions:

- Informe de valoració final: Al final de la campanya, i com a màxim 15 dies després de què finalitzi, l'adjudicatària elaborarà un informe d'execució i valoració final que inclogui un annex amb totes les dades recollides i tractades.

Aquest informe ha de contenir:

- a. Resum amb els objectius inicials de la campanya i els principals resultats obtinguts.
 - b. Anàlisi quantitativa i qualitativa de l'impacte de la campanya, incloent-hi el nombre d'interaccions amb la ciutadania, materials distribuïts i accions realitzades.
 - c. Recull d'incidències i propostes de millora per futures accions similars.
 - d. Annex amb dades desglossades per àmbits d'actuació, franges horàries, perfils de públic i altres indicadors rellevants.
- Informe de valoració final de campanya del públic objectiu (si escau): En aquelles campanyes on es consideri oportú conèixer el grau de comprensió o percepció del missatge per part de la ciutadania, es podrà realitzar una enquesta de valoració. Aquesta enquesta haurà d'estar formada per preguntes breus, clares i fàcilment comprensibles, orientades a identificar aspectes com ara: si les persones han vist els informadors/es, si han entès el missatge principal de la campanya, si consideren útil la informació rebuda, entre d'altres.

L'elaboració de la proposta de preguntes anirà a càrrec de l'adjudicatària, a partir dels temes definits pel Departament de Comunicació. Finalitzada la campanya, i com a màxim 15 dies després, l'adjudicatària elaborarà un informe que reculli els resultats quantificables i les opinions qualitatives obtingudes a partir de les enquestes realitzades.

- Pla d'Avaluació de la Qualitat. A l'inici del contracte, l'adjudicatària definirà una metodologia d'avaluació, tant qualitativa com quantitativa, consistent en la implementació d'instruments i indicadors que aportaran la informació necessària per determinar el grau de compliment de les diferents accions. Els objectius generals seran valorar l'impacte de l'acció de comunicació segons el tipus d'accions realitzades, els districtes i el públic destinatari i d'altra valorar la idoneïtat de la gestió i l'organització del servei.

Els àmbits del Pla d'Avaluació inclouran:

- a. Avaluació de l'acció: per conèixer l'impacte global sobre el públic objectiu.
- b. Avaluació de les accions: per analitzar específicament cada acció realitzada.
- c. Avaluació dels informadors/es: per valorar el nivell i la qualitat d'execució de les seves funcions.
- d. Avaluació de la gestió i operativa: per mesurar l'eficiència organitzativa i la qualitat en la gestió del servei.

5. EQUIP DE TREBALL

El Departament de Comunicació de les Gerències de SUMEP, MIO i UH considera que, per a la correcta execució del contracte, es requereix, com a mínim, els perfils que es detallen a continuació:

a) Coordinador/a general

Serà la persona responsable de la gestió global del contracte i de la direcció tècnica de la campanya, en coordinació amb la persona responsable de campanyes del Departament de Comunicació.

Funcions:

- Aplicar l'estratègia i els objectius marcats per l'Ajuntament.
- Elaborar el Pla d'Actuació per a cada campanya.
- Assegurar que l'horari i el personal necessari estiguin coberts en tot moment.
- Realitzar visites de camp per avaluar l'execució del servei i detectar possibles millores.
- Vetllar pel compliment de les normatives de protecció de dades en la recollida d'informació ciutadana.

Requisits:

- Llicenciatura o Grau Universitari en Ciències Ambientals, Educació, Pedagogia, Comunicació, Sociologia o disciplines similars.
- Experiència mínima de 3 anys en gestió d'equips humans i coordinació d'equips.
- Acreditar, com a mínim, un nivell C1 de català i un nivell B2 d'espanyol, d'acord amb el marc europeu comú de referència.

b) Coordinadors/es de zona

Seràn responsables de la supervisió i coordinació de les accions informatives en cada àmbit territorial assignat.

Funcions:

- Coordinar l'operativa diària i gestionar els equips de treball sobre el terreny.
- Definir el calendari i l'organització de les tasques conjuntament amb el/la coordinador/a general.
- Fer el seguiment detallat de les accions i actuacions desenvolupades en cada districte o zona assignada.

Requisits:

- Llicenciatura o Grau Universitari en Ciències Ambientals, Educació, Pedagogia, Comunicació, Sociologia o disciplines similars.
- Experiència mínima de 2 anys en gestió d'equips humans i coordinació d'equips.
- Acreditar, com a mínim, un nivell C1 de català un nivell B2 d'espanyol, d'acord amb el marc europeu comú de referència.

c) Informadors/es

Seràn les persones responsables de dur a terme les accions informatives i de comunicació.

Funcions:

- Executar les accions de control i sensibilització definides en la campanya.
- Informar la ciutadania, comerços i entitats sobre les temàtiques establertes.
- Distribuir el material de difusió i marxandatge.
- Realitzar enquestes de valoració quan escaigui.

Requisits:

- Com a mínim, tenir estudis de secundària.
- Experiència prèvia mínima de 2 anys en tasques informatives o d'atenció al públic.
- Acreditar, com a mínim, un nivell C1 de català i un nivell B2 d'espanyol, d'acord amb el marc europeu comú de referència.

Cal tenir en compte que la contractació de tot aquest personal no serà necessari de manera simultània al llarg del contracte. En tot cas, l'adjudicatària haurà de garantir la disponibilitat mínima d' 1 coordinador general + 3 coordinadors/ores de zona i 18 informadors/ores per a atendre les campanyes simultànies que puguin haver-hi.

Aquesta dotació es correspon amb el màxim d'activitat simultània prevista, per la qual cosa les empreses licitadores hauran de garantir la disponibilitat d'aquest nombre de professionals de manera efectiva durant la vigència del contracte.

6. CONDICIONS GENERALS DE PRESTACIÓ DEL SERVEI

Condicions generals de l'equip de treball

L'adjudicatària haurà de garantir que hi hagi prou personal per dur a terme cada acció informativa, d'acord amb l'àmbit territorial on es desenvolupi la campanya i la jornada laboral prevista.

El nombre de persones informadores es definirà segons l'estratègia i la durada de cada acció, però hi ha uns mínims i màxims establerts per garantir-ne el bon funcionament:

- L'equip mínim serà sempre de 2 informadors/es (treballant en parella) i 1 coordinador/a de zona, que en supervisarà l'activitat.
- Cap informador/a podrà treballar sol/a ni sense supervisió directa.
- El nombre màxim de personal per acció serà de 6 informadors/es (organitzats en 3 parelles) i 1 coordinador/a, per garantir una supervisió eficaç i una bona cobertura territorial.

Reunions de seguiment

Per garantir una correcta coordinació i supervisió del servei, es duran a terme les següents reunions de seguiment:

- Reunió inicial: Abans de l'inici de la campanya, per presentar els objectius i la planificació.
- Reunió de seguiment: Durant la campanya, per avaluar l'execució i corregir possibles incidències.
- Reunió de tancament: En finalitzar la campanya, per analitzar els resultats i proposar millores.

La persona coordinadora designada per l'adjudicatària serà la interlocutora directa amb l'Ajuntament en aquestes reunions.

Recursos materials

L'adjudicatària garantirà que el personal vesteixi de forma apropiada subministrant al personal coordinador i informador el vestuari que haurà de portar. A més, l'adjudicatària haurà de proporcionar els recursos materials necessaris per a la correcta execució del servei, incloent-hi:

- Transport del personal fins a la zona d'actuació.
- El vestuari i elements d'identificació, així com tots els elements de protecció que siguin necessaris pel desenvolupament de les seves tasques informatives, i adaptat a l'època de l'any:
 - Samarreta de màniga curta transpirable.
 - Samarreta de màniga llarga de cotó.
 - Armilles amb la identitat gràfica que l'Ajuntament proporcioni. Durant l'execució del contracte, es poden produir canvis d'identitat gràfica. En cas de canvi, l'adjudicatària assumirà el cost de reposició.
 - Motxilles senzilles.
 - Polar de màniga llarga.
 - Parca de màniga llarga.
 - Gorra de llana o visera.
 - Gorra per al sol.
 - Crema de protecció solar.
 - Mascaretes homologades (si escau).

L'Ajuntament facilitarà el disseny del vestuari segons el manual d'identificació gràfica. L'adjudicatària haurà de disposar d'un mínim de 25 unitats de cada peça de vestuari per assegurar que si hi ha una campanya en curs n'hi hagi suficients i amb els recanvis pertinents.

- Dispositius electrònics
Un terminal amb connexió a internet per a cada parella d'informadors, que servirà per a la introducció de les dades informatives de la campanya, realització d'enquestes, control del material lliurat al veïnat i la geolocalització dels informadors.
L'adjudicatària desenvoluparà una aplicació per a la recollida i gestió de dades.
- Magatzem de materials
L'adjudicatària haurà de disposar d'un espai per custodiar el material de difusió i marxandatge durant la campanya.
En cas de danys en els materials durant la campanya, l'adjudicatària serà responsable de la seva reposició en un termini màxim de 24 hores des de la detecció del problema.

Lloc i horari de prestació del servei

El servei es desenvoluparà als espais i zones indicades per l'Ajuntament en funció de les necessitats de cada campanya.

L'adjudicatària haurà de garantir la prestació del servei en els següents horaris:

- De dilluns a dissabte: de 7.00 a 20.00 hores.
- Diumenges i festius: de 10.00 a 18.00 hores.

Cada comanda especificarà la franja horària i la durada exacta de la jornada, que podrà ser inferior a 8 hores si així ho requereix la naturalesa de la campanya. La jornada màxima per persona és de 8 hores.

L'Ajuntament podrà ajustar franges segons les necessitats del servei, prèvia comunicació a l'adjudicatària. Aquesta haurà de garantir el personal necessari d'acord amb l'àmbit territorial i la jornada laboral acordada per a cada acció informativa.

Compliment del servei

- Es realitzaran reunions de coordinació periòdiques amb el Departament de Comunicació per garantir la correcta execució de les accions i avaluar-ne l'impacte.
- L'adjudicatària haurà de garantir la cobertura del servei durant tota la vigència del contracte.
- L'adjudicatària haurà de complir amb la normativa general sobre prevenció de riscos laborals.
- L'adjudicatària haurà d'utilitzar el català en totes les seves interaccions amb l'Ajuntament de Barcelona derivades de l'execució d'aquest contracte.
- Per cobrir les contingències derivades d'accidents de treball i malaltia laboral o professional, així com vacances i qualsevol incidència amb el personal assignat al servei, l'adjudicatària comptarà amb un règim de suplències de manera que el servei es presti de forma ininterrompuda.
- L'adjudicatària haurà de complir el servei sol·licitat sempre que la comanda es realitzi amb una antelació mínima de 7 dies laborables. Aquest termini fa referència a quan s'ha de començar a fer el servei al carrer. Ara bé, el Pla d'Actuació s'haurà de lliurar abans, tal com s'explica a l'apartat 4 d'aquest plec.
- L'adjudicatària disposarà d'un equip de treball per atendre els serveis que se li encarreguin així com de personal de substitució amb una disponibilitat immediata per tal de garantir la reposició d'efectius per a substitucions urgents (retards horaris, accidents o rendiment inadequat en el treball).
- Qualsevol incidència en la prestació del servei haurà de ser comunicada immediatament a la persona responsable del contracte.
- Els informadors hauran d'evitar situacions conflictives i derivar queixes o suggeriments als canals oficials de l'Ajuntament (telèfon 900 226 226, 010 o Oficines d'Atenció Ciutadana).
- L'Ajuntament podrà sol·licitar modificacions puntuals en el calendari o durada de les campanyes, sempre dins dels límits previstos en aquest plec.

7. NORMES PER A L'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

Propietat de les dades

L'Ajuntament és el responsable del tractament de les dades recollides durant les accions informatives. L'adjudicatària no en podrà fer cap altre ús que el determinat per a la campanya. Un cop acabat el contracte i entregades les dades a l'Ajuntament, l'adjudicatària haurà d'esborrar-les.

Les dades que es recullin tindran un caràcter exclusivament informatiu o estadístic, com ara nombre d'interaccions, incidències, ubicacions o valoracions generals. En algunes campanyes, l'Ajuntament podrà demanar la realització d'enquestes de valoració per conèixer la percepció ciutadana sobre la informació rebuda. Aquestes enquestes es faran de manera anònima, sense recollir dades personals identificatives.

Condicions d'ús del material i imatge

- L'adjudicatària no podrà incloure cap marca o logotip en els materials distribuïts ni fer difusió sobre la seva condició d'adjudicatària.
- L'Ajuntament subministrarà el material comunicatiu i el temari de la formació específica per a cada campanya.
- Si es requereixen fotografies de ciutadans, l'adjudicatària haurà d'obtenir el consentiment escrit mitjançant la plantilla facilitada per l'Ajuntament. Aquestes imatges només podran ser utilitzades per l'Ajuntament.

ANNEX 1

Aquest annex recull la previsió d'accions i campanyes informatives que es duran a terme en el marc del contracte (durada 24 mesos). Les accions s'organitzen segons la seva naturalesa i la freqüència amb què es preveu realitzar-les.

ACTIVITAT	DIES CAMPANYA	NÚM. CAMPANYES	HORES	COORDINADOR/A	HORES DEDICACIÓ ESTIMADES COORDINADOR/A	INFORMADORS/ES	HORES DEDICACIÓ ESTIMADES INFORMADORS/ES	HORES DEDICACIÓ ESTIMADES CORDINADOR/A GENERAL
Campanyes de comunicació i esdeveniments diumenge o festiu	1	8	8	1	64	2	128	
Campanyes de comunicació i esdeveniments dia laborable	1	25	8	1	200	2	400	
Campanyes temàtiques dies laborables	30	12	8	1	2880	6	17280	
Campanyes de comunicació i esdeveniments educatius	1	6	8	1	48	2	96	
TOTAL		51			3192		17904	416

Observacions:

1. Les dades de la columna «HORES» indiquen la durada màxima de la jornada per als perfils de coordinador/a i informador/a en cada dia de campanya.
2. La dedicació del perfil de coordinador/a general és de 416 hores durant la vigència del contracte, sense establir un horari fixe per dia, sinó que la distribució d'aquestes hores s'establirà per comanda segons el tipus, abast i durada de cada campanya.
3. Aquestes previsions són orientatives i poden ser modificades per l'Ajuntament en funció de les necessitats del servei i la planificació específica de cada campanya. L'adjudicatària haurà de garantir la disponibilitat d'equips suficients per cobrir les accions planificades, així com la seva adaptabilitat a possibles modificacions en la programació.