

SERVEI DE CONTRACTACIÓ, PATRIMONI I INVERSIONS
SECCIÓ DE CONTRACTACIÓ
CON.LIA2025000029

ACTA DE LA MESA DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE LLOGUER DE BICICLETES DE MANRESA, EN EL MARC DEL PLA DE RECUPERACIÓ, TRANSFORMACIÓ I RESILIÈNCIA – FINANÇAT PER LA UNIÓ EUROPEA - NEXTGENERATIONEU

En data 4 de juliol de 2025, a les 12:30 hores, es reuneixen els membres de la Mesa de contractació del servei de lloguer de bicicletes de Manresa, en el marc del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea - NextGenerationEU.

La sessió es porta a terme mitjançant l'aplicació Google Meet.
S'ha donat publicitat de la convocatòria al Perfil del contractant de l'Ajuntament de Manresa.

Integren la Mesa de contractació:

- **President:** Pere Masegú Bruguera, regidor delegat d'Hisenda.
- **Secretària:** Lourdes Castells Castany, Cap de Secció de Contractació, Patrimoni i Programa d'Inversions.
- **Vocals:**
 - Esteve Albàs Caminal, cap del Servei de Contractació, Patrimoni i Inversions, en substitució del secretari general.
 - Mariona Ribera Esparbé, interventora municipal.
 - Josep Pujol Sancho, TAG del Servei de Contractació, Patrimoni i Inversions.
 - Queralt Torres Pla, cap de Secció de Transport, Estacionaments i Qualitat Ambiental.

Excusa la seva assistència Carles Garcia Estany, regidor delegat d'Urbanisme i Mobilitat.

D'acord amb la convocatòria de la Mesa, els assumptes a tractar es detallen a continuació:

1. **Ratificació de la qualificació de la documentació inclosa en el sobre número 1 (documentació administrativa).**

A la vista de la diligència de data 10 de juny de 2025, i els aclariments pertinents aportats per cadascuna de les empreses en resposta als requeriments d'esmena, la Mesa acorda ratificar la qualificació del sobre número 1, i admetre les tres (3) proposicions següents, sens perjudici que l'instructor de l'expedient pugui requerir la presentació de tota la documentació acreditativa dels extrems declarats o la documentació complementària que sigui necessària, a l'entitat licitadora que sigui proposada com adjudicatària, amb caràcter previ a l'adjudicació.

| NÚMERO | LICITADOR | CIF |
|--------|---------------------------|--------------|
| 1 | CITYBIKE GLOBAL, SA | A-67.484.170 |
| 2 | COOLTRA CITY SERVICES, SL | B-67.202.036 |
| 3 | PANOT MOBILITY, SL | B-01.593.730 |

2. Exposició de l'informe valoració de la documentació presentada en relació al sobre número 2.

Per tal de conèixer la puntuació dels sobres número 2 de les ofertes presentades, relatiu al criteris avaluable segons un judici de valor, la cap de Secció de Transport, Estacionaments i Qualitat Ambiental exposa el contingut de l'informe, de data 25 de juny de 2025, que s'adjunta a aquesta acta com annex.

D'acord amb els criteris avaluable segons un judici de valor previstos en el plec de clàusules administratives, es proposa la valoració següent de les ofertes presentades:

| Oferta | Licitador | Puntuació |
|--------|---------------------------|-----------|
| 1 | CITYBIKE GLOBAL, SA | 14 |
| 2 | COOLTRA CITY SERVICES, SL | 17 |
| 3 | PANOT MOBILITY, SL | 14 |

3. Aprovació de la valoració que s'atribueix a cada oferta presentada i la puntuació obtinguda pels licitadors en relació amb el sobre número 2.

La Mesa acorda aprovar la puntuació que s'atribueix a les tres ofertes presentades en relació amb els criteris ponderables en funció d'un judici de valor, d'acord amb l'informe subscrit pel tècnic del Servei d'Alcaldia-Presidència i la cap de Secció de Transport, Estacionaments i Qualitat Ambiental, de data 25 de juny de 2025.

4. Exposició pública, si escau, de la puntuació obtinguda pels licitadors respecte el sobre número 2 (criteris de judici de valor).

Tenint en compte que concorre públic a la sessió de la Mesa de contractació, es fa pública la puntuació aprovada respecte els elements a valorar segons un judici de valor, sens perjudici de la seva publicació al Perfil del contractant.

5. Obertura del sobre número 3 de cada proposició presentada mitjançant la Plataforma Vortal.

A continuació, mitjançant la plataforma Vortal, es porta a terme l'obertura dels sobres número 3 de les tres (3) proposicions presentades i admeses a la present licitació.

El contingut de les proposicions econòmiques i tècniques formulades per les entitats mercantils licitadores és el següent:

Servei de lloguer de bicicletes de Manresa, en el marc del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – NextGenerationEU

| Empresa | Preu del contracte | | | Disposar d'alarmes activables a distància | Disposar d'un sensor de parell (sensor de Torque) | Disposar d'un endoll que permeti a l'usuari carregar el seu telèfon intel·ligent i/o connector USB-C | Disposar de roda apta per a camí no asfaltat | Entrega de la flota en màxim 3 mesos des de la firma del contracte | Oferta d'accions de foment de l'ús de la bicicleta | % BAIXA | |
|------------------------------|---------------------------|--------------|--------------------------------|---|---|--|--|--|--|---------|-----------------------|
| | Any 1 | Any 2 | Total dues primeres anualitats | | | | | | | | |
| 1 | CITYBIKE GLOBAL, SA | 277.339,52 € | 270.080,33 € | 547.419,85 € | Sí | No | Sí | Sí | Sí | 4 | 5,00% |
| 2 | COOLTRA CITY SERVICES, SL | 251.478,59 € | 243.386,97 € | 494.865,06 € | Sí | Sí | Sí | Sí | Sí | 4 | 14,12% |
| 3 | PANOT MOBILITY, SL | 240.171,24 € | 226.484,78 € | 466.656,02 € | Sí | Sí | Sí | Sí | Sí | 7 | 19,02% |
| <i>Pressupost licitació</i> | | 291.936,34 € | 284.295,97 € | 576.232,31 € | | | | | | | |
| <i>Imports de referència</i> | | | | 466.656,02 € | | | | | | | |
| | | 27 | | 20 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | | | | | | | | | | Mitjana baixa: 12,71% |
| | | | | | | | | | | | Temerari: 20,71% |

RESULTAT

| Empresa | SOBRE 2 | Preu del contracte | Disposar d'alarmes activables a distància | Disposar d'un sensor de parell (sensor de Torque) | Disposar d'un endoll que permeti a l'usuari carregar el seu telèfon intel·ligent i/o connector USB-C | Disposar de roda apta per a camí no asfaltat | Entrega de la flota en màxim 3 mesos des de la firma del contracte | Oferta d'accions de foment de l'ús de la bicicleta | TOTAL |
|---------|---------------------------|--------------------|---|---|--|--|--|--|-------|
| | | | | | | | | | |
| 1 | CITYBIKE GLOBAL, SA | 14 | | | | | | | |
| 2 | COOLTRA CITY SERVICES, SL | 17 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 37,05 |
| 3 | PANOT MOBILITY, SL | 14 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 42,86 |
| | | | 20 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 41 |

6. **Aprovació, si escau, de la valoració de les ofertes en relació amb el sobre número 3, de la puntuació final i de la proposta d'adjudicació del contracte, condicionada a la inexistència de possibles valors anormals o desproporcionats o altres elements que requereixin d'un estudi del contingut o d'aclariments de les empreses licitadores.**

Tenint en compte que en el moment d'obertura dels sobres núm. 3 no es detecten possibles valors anormals o desproporcionats o altres qüestions que requereixin d'un estudi del contingut o d'aclariments de les empreses licitadores, la Mesa aprova la puntuació obtinguda pels licitadors en el sobre núm. 3 (criteris automàtics); i la puntuació final.

I a la vista del resultat obtingut per les tres (3) proposicions presentades, la Mesa proposa a l'òrgan de contractació:

- l'aprovació de la classificació de les propostes següent:

| EMPRESA | Sobre 2 | Sobre 3 | Puntuació global |
|----------------------------|---------|---------|------------------|
| 1 COOLTRA CITY SERVICES SL | 17 | 25.86 | 42,86 |
| 2 PANOT MOBILITY SL | 14 | 27.00 | 41,00 |
| 3 CITYBIKE GLOBAL SA | 14 | 23.05 | 37,05 |

- l'adjudicació del contracte del **servei de lloguer de bicicletes de Manresa, en el marc del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea - NextGenerationEU**, a favor de la proposició presentada per l'entitat mercantil COOLTRA CITY SERVICES, SL, titular del CIF B-67.202.036, per un import de 494.865,56€ IVA no inclòs, per les dues primeres anualitats.

L'adjudicació també comporta, d'acord amb la oferta del licitador, les següents millores:

- Disposar d'alarmes activables a distància.
- Disposar d'un sensor de parell (sensor de Torque).
- Disposar d'un endoll que permeti a l'usuari carregar el seu telèfon intel·ligent i/o connector USB-C per permetre als usuaris carregar les seves bateries amb un carregador d'ordinador portàtil o un altre equip elèctric d'aquest tipus.
- Disposar de roda apta per a camí no asfaltat.
- Entrega de la flota en un màxim de tres mesos des de la signatura del contracte.
- 4 (quatre) accions de foment de l'ús de la bicicleta, enteses com a programes amb diverses accions amb un total d'almenys 25 hores d'activitat.

El president dóna per finalitzat l'acte, a les 13 hores de la data indicada a l'encapçalament, i per a que consti s'estén aquesta acta, el contingut de la qual, com a secretària, certifico.

Se'n donarà publicitat mitjançant el Perfil del contractant de l'Ajuntament de Manresa.

La secretària de la Mesa
Lourdes Castells Castany

Vist i plau
El president de la Mesa
Pere Masegú Bruguera

INFORME DE VALORACIÓ D'OFERTES PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE LLOGUER DE BICICLETES DE MANRESA, EN EL MARC DEL PLA DE RECUPERACIÓ, TRANSFORMACIÓ I RESILIÈNCIA - FINANÇAT PER LA UNIÓ EUROPEA - NEXTGENERATIONEU

Servei d'Alcaldia-Presidència

Servei De Gestió de Serveis Urbans - Secció de Transport, Estacionaments i Qualitat Ambiental

Servei de Contractació, Patrimoni i Inversions

Antecedents

Els plecs de clàusules administratives fixen el contingut del Sobre 2. Proposta tècnica, així com la rúbrica per a avaluar-ne el contingut, que són els que segueixen:

- **Fitxa tècnica de la bicicleta, on es reculli el compliment dels requisits especificats al plec.** El candidat haurà d'aportar una fitxa presentant la bicicleta proposada, imatges reals i/o 3D, així com les especificacions tècniques indicant per cada element els proveïdors, models i característiques dels materials per a la seva valoració.
- **Projecte executiu de gestió del servei**
 - Pla de màrqueting, desplegat i detallat a partir de la proposta recollida als plecs
 - objectius del pla
 - públic objectiu
 - pla d'actuació
 - canals
 - pressupost
 - calendari
 - indicadors de seguiment
 - Pla d'operacions que contingui com a mínim
 - descripció del procés de subscripció en línia
 - descripció del sistema de recollida de dades i potencialitats del mateix
 - descripció de l'assistència en cas d'avaría
 - oferta d'accions de formació i foment (opcional)
 - altres millores que s'ofereixin
- **Proposta de tarifes dels serveis i productes complementaris.** Accessoris, assegurances, fiances, etc

Criteria que depenen d'un judici de valor:

| | | | |
|--------------------------|--|-----|---|
| Pla de màrqueting | Estratègies i accions proposades Les estratègies i accions estan ben definides, són viables i innovadores. Es preveu un equilibri entre accions online i offline si escau. | 6 | 6 punts - Les estratègies i accions són innovadores, ben estructurades i realistes. L'equilibri entre accions online i offline està ben justificat. 4 punts - Les estratègies i accions són adequades i realistes, però amb marge de millora en coherència o innovació. 2 punts - Les estratègies són genèriques o amb accions poc desenvolupades. 0 punts - No hi ha una proposta clara d'estratègies o són inviables. |
| | Adaptabilitat a la realitat del projecte El pla s'ajusta a les necessitats i característiques del servei o projecte que es vol contractar. No és genèric, sinó específic i contextualitzat. | 3 | 3 punts - Totalment adaptat a les necessitats específiques del servei o projecte, amb propostes contextualitzades i detallades. 2 punts - Bona adaptació amb algun element genèric, però ben justificat. 1 punt - Adaptació parcial, amb accions massa genèriques o poc contextualitzades. 0 punts - Proposta genèrica sense cap adaptació al projecte concret. |
| | Pressupost i optimització de recursos El pressupost està detallat, ben justificat i mostra una bona relació qualitat-preu. Hi ha estratègies per maximitzar l'impacte amb els recursos disponibles. | 3 | 3 punts - Pressupost detallat, ben justificat i amb una clara optimització dels recursos per maximitzar l'impacte. 2 punts - Pressupost coherent i justificat, però amb petites mancances en detalls o eficiència. 1 punt - Pressupost presentat amb poca justificació o amb dubtes sobre l'optimització. 0 punts - Pressupost incoherent, amb despeses desproporcionades o mal justificades. |
| | Indicadors de seguiment i avaluació El pla inclou indicadors adequats per mesurar l'efectivitat de les accions i garantir la seva millora contínua. | 1,5 | 1,5 punts - Els KPIs són adequats, mesurables i permeten una avaluació clara de l'efectivitat de les accions. 1 punt - Els KPIs són útils, però no del tot clars o ben detallats. 0,5 punts - Els indicadors són genèrics o amb poc valor per avaluar l'impacte real. 0 punts - No hi ha indicadors o són inaplicables. |
| | Innovació i diferenciació Es plantegen accions innovadores i estratègies diferenciadores respecte a la competència o altres projectes similars. | 1,5 | 1,5 punts - La proposta inclou elements diferenciadors i accions innovadores que aporten un gran valor afegit. 1 punt - Hi ha innovació en alguns aspectes, però sense una proposta completament diferenciadora. 0,5 punts - Algunes idees interessants, però en conjunt és una proposta convencional. 0 punts - No hi ha elements innovadors o diferenciadors. |
| Pla d'operacions | Proposta d'adequació del local - Funcionalitat i operativitat La proposta millora la funcionalitat del local per atendre correctament els usuaris, amb una distribució eficient de l'espai i accessos adequats. | 3 | 3 punts - Distribució òptima de l'espai, accessos ben ubicats i zones diferenciades segons l'ús. Millora significativa de l'atenció i operativitat del servei. 2 punts - Distribució funcional, però amb petites mancances. Accessos adequats i millora moderada del servei. 1 punt - Proposta amb millores limitades o poc justificades. Distribució funcional però sense optimització clara. 0 punts - No aporta millores significatives o empitjora la funcionalitat. |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | <p>Proposta d'adequació del local - Confort i experiència d'usuari Es proposen millores en il·luminació, ventilació, mobiliari o altres elements que afavoreixen una experiència agradable per a usuaris i personal</p> | 3 | <p>3 punts - Espai dissenyat per garantir una experiència òptima (llum natural, mobiliari ergonòmic, ventilació adequada, materials de qualitat) i totalment alineat amb la identitat corporativa gràfica (colors, logotip, elements visuals). 2 punts - Millores destacables en confort i experiència d'usuari, amb una adaptació parcial però correcta a la identitat corporativa. 1 punt - Inclou millores mínimes en confort i experiència d'usuari, amb una adequació superficial o inconsistent a la identitat corporativa. 0 punts - No proposa millores en confort ni en experiència d'usuari, ni respecta la identitat corporativa.</p> |
| | <p>Proposta d'adequació del local - Viabilitat tècnica i econòmica Les accions proposades són realistes i assumibles dins del pressupost i terminis de la licitació.</p> | 3 | <p>3 punts - Proposta realista, ben detallada i assumible dins del pressupost i terminis. Justificació tècnica sòlida. 2 punts - Assumible econòmicament, però amb algun aspecte tècnic poc detallat. 1 punt - Presenta dubtes sobre viabilitat tècnica o costos mal justificats. 0 punts - Proposta difícilment viable, manca de justificació tècnica o costos desproporcionats.</p> |

Valoració de les ofertes

Després d'analitzar el contingut de les ofertes presentades i d'acord amb els paràmetres anteriorment esmentats, els tècnics emeten la següent valoració

Oferta 1 - CITYBIKE GLOBAL, SA - Sobre 2

El candidat aporta un document amb la fitxa tècnica, el pla de màrqueting, el pla d'operacions i les tarifes complementàries.

L'oferta presenta un pla de màrqueting ambiciós i ben estructurat, basat en el recorregut del client dins el sistema de reserva, amb accions ben agrupades, un calendari per fases i un pressupost detallat, tot i que aquest últim és de lectura confusa. La proposta és viable i innovadora, però l'adaptació al context concret del servei és només parcial: tot i captar necessitats generals, no acaba de respondre a la realitat local.

Pel que fa al pressupost, tot i estar detallat, es qüestiona l'eficiència dels recursos, amb una certa desproporció respecte a les capacitats previstes. Els indicadors de seguiment estan orientats al rendiment del servei, però no aborden amb claredat els aspectes comercials o comunicatius. S'aprecien accions innovadores, com un sistema de fiances menys lesiu per a l'usuari i la subcontractació d'una agència de comunicació.

En l'apartat del pla d'operacions, la proposta d'adequació del local és considerada correcta però planteja dubtes per la distribució de l'espai, especialment pel que fa al taller i al pati. No hi ha una proposta clara de senyalització corporativa, i la viabilitat tècnica i econòmica del projecte presenta mancances per falta de concreció i justificació.

| Ítem | Màx | Rúbrica | Comentaris | Puntuació |
|--|-----|--|---|-----------|
| Pla de màrqueting | | | | |
| Estratègies i accions proposades Les estratègies i accions estan ben definides, són viables i innovadores. Es preveu un equilibri entre accions online i offline si escau. | 6 | 6 punts - Les estratègies i accions són innovadores, ben estructurades i realistes. L'equilibri entre accions online i offline està ben justificat. 4 punts - Les estratègies i accions són adequades i realistes, però amb marge de millora en coherència o innovació. 2 punts - Les estratègies són genèriques o amb accions poc desenvolupades. 0 punts - No hi ha una proposta clara d'estratègies o són inviables. | El pla presentat és ambiciós i està ben fonamentat, basant-se en una comprensió detallada del recorregut que fa el client pel sistema de reserva, que es caracteritza per ser fàcil i intuïtiu. Aquesta aproximació assegura que les estratègies i accions plantejades responen de manera adequada a les necessitats reals dels usuaris, facilitant així una experiència positiva i fluïda. La missió és clara i coherent, serveix com a guia per a totes les actuacions previstes. Les accions estan organitzades de forma ordenada, agrupades en fases que permeten un seguiment progressiu i sistemàtic, acompanyades d'un calendari que aporta transparència i facilitat d'implementació. També es disposa d'un pressupost detallat que reforça la solidesa i realisme del projecte, donant suport a la seva execució pràctica. Tot i aquestes virtuts, es detecta un marge important de millora, especialment en la | 5 |

| | | | | |
|---|-----|--|---|---|
| | | | coherència i la claredat de la informació econòmica. El pressupost, tot i ser detallat, presenta una interpretació confusa perquè no facilita una visió clara de la suma total anual, fet que dificulta la comprensió global dels recursos necessaris per a la implementació del pla. El pla és coherent i realista, però hi ha espai per afegir elements més innovadors que puguin potenciar l'impacte i la diferenciació del projecte, especialment en un context competitiu on la capacitat d'adaptació i novetat sovint és clau. Incorporar una millor integració de dades i una presentació més clara juntament amb una revisió per explorar oportunitats d'innovació contribuiria a reforçar l'eficàcia i la percepció positiva global del pla. | |
| Adaptabilitat a la realitat del projecte El pla s'ajusta a les necessitats i característiques del servei o projecte que es vol contractar. No és genèric, sinó específic i contextualitzat. | 3 | 3 punts - Totalment adaptat a les necessitats específiques del servei o projecte, amb propostes contextualitzades i detallades. 2 punts - Bona adaptació amb algun element genèric, però ben justificat. 1 punt - Adaptació parcial, amb accions massa genèriques o poc contextualitzades. 0 punts - Proposta genèrica sense cap adaptació al projecte concret. | La proposta mostra una capacitat notable per destil·lar i adaptar de manera genèrica i troncal les necessitats del servei, cosa que permet establir una base sòlida per al desenvolupament de les estratègies i accions comunicatives. Aquest enfocament facilita una aplicació pràctica i coherent dels recursos disponibles, així com una resposta adequada als objectius generals plantejats. Les actuacions previstes són realistes i es poden implementar amb un grau alt de viabilitat, ja que tenen en compte els aspectes fonamentals del servei i busquen una cobertura funcional i efectiva dels requeriments essencials. Aquest grau de pragmatisme contribueix a garantir que el projecte pugui avançar sense grans desviacions ni dificultats operatives. Tanmateix, hi ha un marge clar de millora pel que fa a la coherència i a l'adaptació específica a la realitat local. Les actuacions responen només de forma parcial a la idiosincràsia de la ciutat i als públics objectiu descrits. Aquesta manca d'ajustament més profund pot restar efectivitat a certes accions. Per potenciar la seva eficàcia, seria convenient aprofundir en l'anàlisi dels contextos socioculturals i en la definició de perfils més acurats, així com explorar noves formes de comunicació que permetin una major personalització i diferenciació. | 2 |
| Pressupost i optimització de recursos El pressupost està detallat, ben justificat i mostra una bona relació qualitat-preu. Hi ha estratègies per maximitzar l'impacte amb els recursos disponibles. | 3 | 3 punts - Pressupost detallat, ben justificat i amb una clara optimització dels recursos per maximitzar l'impacte. 2 punts - Pressupost coherent i justificat, però amb petites mancances en detalls o eficiència. 1 punt - Pressupost presentat amb poca justificació o amb dubtes sobre l'optimització. 0 punts - Pressupost incoherent, amb despeses desproporcionades o mal justificades. | El pressupost presentat compta amb un cert grau de detall que permet conèixer les partides i despeses previstes, però alhora mostra una manca de justificació suficient que genera dubtes respecte a la seva correcta optimització. La dificultat principal rau en la seva interpretació, ja que no facilita una visió clara i accessible de la suma total anual, ni tampoc estableix de manera explícita la correspondència amb els límits econòmics definits als plecs. Aquesta manca de claredat dificulta avaluar amb precisió la viabilitat econòmica global del projecte i pot generar certa desconfiança entre els responsables de la supervisió i aprovació del pla, ja que no queda prou transparent si els recursos estan ben ajustats a les necessitats reals i prioritàries. A més, el pressupost sembla manifestar un excés d'ambició en relació amb els recursos disponibles per a la gestió comunicativa, posant en dubte la capacitat de l'equip per gestionar amb èxit els recursos disponibles. | 1 |
| Indicadors de seguiment i avaluació El pla inclou indicadors adequats per | 1,5 | 1,5 punts - Els KPIs són adequats, mesurables i permeten una avaluació clara de l'efectivitat de les | La gestió de les dades dins del projecte es presenta com a robusta, reflectint un esforç clar per monitoritzar i avaluar el rendiment del servei de manera sistemàtica. | 1 |

| | | | | |
|---|-----|--|--|---|
| <p>mesurar l'efectivitat de les accions i garantir la seva millora contínua.</p> | | <p>accions. 1 punt - Els KPIs són útils, però no del tot clars o ben detallats. 0,5 punts - Els indicadors són genèrics o amb poc valor per avaluar l'impacte real. 0 punts - No hi ha indicadors o són inaplicables.</p> | <p>S'incorporen indicadors que permeten fer un seguiment general de com funciona el servei, aportant una base sòlida per a l'anàlisi quantitativa i la presa de decisions informades. Aquest enfocament facilita l'obtenció d'informació rellevant sobre els processos i l'operativitat, contribuint a garantir que es mantinguin els estàndards establerts i que es pugui reaccionar davant possibles desviacions o incidències en el servei.</p> <p>Malgrat aquesta solidesa en la gestió de dades, es detecta una certa manca de claredat i detall en la definició dels KPIs específics que són d'interès a nivell comercial o comunicatiu. Aquests indicadors, que haurien de ser fonamentals per mesurar l'eficàcia de les accions de màrqueting i comunicació, només apareixen esmentats de manera superficial o poc concreta (com es pot veure a la pàgina 44 del document).</p> | |
| <p>Innovació i diferenciació Es plantegen accions innovadores i estratègies diferenciadores respecte a la competència o altres projectes similars.</p> | 1,5 | <p>1,5 punts - La proposta inclou elements diferenciadors i accions innovadores que aporten un gran valor afegit. 1 punt - Hi ha innovació en alguns aspectes, però sense una proposta completament diferenciadora. 0,5 punts - Algunes idees interessants, però en conjunt és una proposta convencional. 0 punts - No hi ha elements innovadors o diferenciadors.</p> | <p>La proposta incorpora elements innovadors en diversos aspectes, demostrant una voluntat clara de millorar i adaptar-se a les necessitats actuals del servei i dels usuaris. Un exemple destacable és el sistema de fiances que no afecta el crèdit de la persona, fet que representa una solució pràctica i efectiva per eliminar una barrera important en el procés de decisió dels clients. Aquest enfocament permet reduir un dels anomenats "dolors" o "pains" habitual, generant una experiència més fluida i més satisfactòria per als usuaris. Aquesta innovació no només facilita l'accés al servei sinó que també aporta un valor afegit que pot marcar la diferència en la percepció i satisfacció dels clients.</p> <p>Tot i això, la proposta no arriba a configurar-se com una iniciativa completament diferenciadora dins del sector, ja que altres elements i accions presenten un caràcter més convencional o alineat amb pràctiques habituals. L'absència d'una visió més disruptiva o radical en altres àrees fa que, malgrat la presència d'algunes innovacions puntuals, el projecte no es distingeixi de manera clara i contundent de la competència o de les solucions habituals.</p> | 1 |
| <p>Pla d'operacions</p> | | | | |
| <p>Proposta d'adequació del local - Funcionalitat i operativitat La proposta millora la funcionalitat del local per atendre correctament els usuaris, amb una distribució eficient de l'espai i accessos adequats.</p> | 3 | <p>3 punts - Distribució òptima de l'espai, accessos ben ubicats i zones diferenciades segons l'ús. Millora significativa de l'atenció i operativitat del servei. 2 punts - Distribució funcional, però amb petites mancances. Accessos adequats i millora moderada del servei. 1 punt - Proposta amb millores limitades o poc justificades. Distribució funcional però sense optimització clara. 0 punts - No aporta millores significatives o empitjora la funcionalitat.</p> | <p>La distribució funcional plantejada en el projecte mostra una organització globalment adequada i orientada a optimitzar els processos i l'ús dels espais disponibles. Els accessos estan dissenyats de manera coherent, facilitant la mobilitat i la connexió entre diferents àrees, fet que contribueix a una millora moderada del servei en termes d'operativitat i flux de treball. Aquest plantejament funcional permet una gestió més àgil i ordenada, cosa que és clau per garantir l'eficiència i la qualitat en el desenvolupament de les activitats previstes. A més, la solució proposada sembla tenir en compte les necessitats bàsiques dels usuaris i del personal, aspecte fonamental per assegurar la seva viabilitat pràctica i confort.</p> <p>No obstant això, s'observen petites mancances que poden comprometre en certa mesura el funcionament òptim del conjunt. Un punt crític és el pati, que no resulta</p> | 2 |

| | | | | |
|--|---|---|--|---|
| | | | <p>practicable a nivell d'emmagatzematge, i que a més no apareix reflectit al plànol present als plecs. A més, la distribució, tot i ser funcional, presenta dubtes pel que fa a l'operativitat degut a un possible excés d'atapeïment en certes zones, fet que podria dificultar la mobilitat o el desenvolupament de tasques específiques en moments de màxima activitat.</p> | |
| <p>Proposta d'adequació del local - Confort i experiència d'usuari Es proposen millores en il·luminació, ventilació, mobiliari o altres elements que afavoreixen una experiència agradable per a usuaris i personal</p> | 3 | <p>3 punts - Espai dissenyat per garantir una experiència òptima (llum natural, mobiliari ergonòmic, ventilació adequada, materials de qualitat) i totalment alineat amb la identitat corporativa gràfica (colors, logotip, elements visuals).</p> <p>2 punts - Millores destacables en confort i experiència d'usuari, amb una adaptació parcial però correcta a la identitat corporativa.</p> <p>1 punt - Inclou millores mínimes en confort i experiència d'usuari, amb una adequació superficial o inconsistent a la identitat corporativa.</p> <p>0 punts - No proposa millores en confort ni en experiència d'usuari, ni respecta la identitat corporativa.</p> | <p>La proposta d'adequació del local és massa ambiciosa perquè intenta encabir massa espais en poc lloc, cosa que genera una sensació d'atapeïment i un soroll visual que pot resultar incòmode per als usuaris, limitant així les millores en confort i experiència. A més, la connexió amb la identitat corporativa és superficial i inconsistent, ja que no es proposa cap sistema de senyalització que reforci la imatge de marca, fet que disminueix la coherència i la personalització de l'espai.</p> | 1 |
| <p>Proposta d'adequació del local - Viabilitat tècnica i econòmica Les accions proposades són realistes i assumibles dins del pressupost i terminis de la licitació.</p> | 3 | <p>3 punts - Proposta realista, ben detallada i assumible dins del pressupost i terminis. Justificació tècnica sòlida.</p> <p>2 punts - Assumible econòmicament, però amb algun aspecte tècnic poc detallat.</p> <p>1 punt - Presenta dubtes sobre viabilitat tècnica o costos mal justificats.</p> <p>0 punts - Proposta difícilment viable, manca de justificació tècnica o costos desproporcionats.</p> | <p>La proposta genera dubtes sobre la seva viabilitat tècnica i els costos, ja que no inclou una proposta clara i específica de senyalització corporativa, i la que ofereix com a "decoració general" no és suficient. Aquest aspecte necessita ser revisat per assegurar una execució viable i coherent amb les necessitats del projecte.</p> | 1 |

La puntuació obtinguda és de 14 punts.

Oferta 2 - COOLTRA CITY SERVICES, SL - Sobre 2

El candidat aporta un document amb la fitxa tècnica, el pla de màrqueting, el pla d'operacions i les tarifes complementàries.

L'oferta mostra un plantejament ambiciós i detallat, especialment en l'àmbit comunicatiu, tot i que amb algunes mancances. El pla de màrqueting és extens i inclou un cronograma complet, però presenta certa dispersió en els públics objectiu i planteja accions amb un calendari poc realista. A més, es troba a faltar l'ús de canals publicitaris tradicionals i una millor adequació dels perfils dels destinataris a la realitat del projecte.

Malgrat aquestes mancances, el pla està ben adaptat a la realitat del municipi i mostra un bon coneixement del context comunicatiu local. El pressupost, tot i coherent, manca del detall suficient per valorar plenament l'eficiència de la despesa. Els indicadors de seguiment són nombrosos però potser massa complexos per ser viables. En termes d'innovació, la proposta no destaca per propostes trencadores, però sí que ofereix una comunicació molt segmentada i personalitzada que suposa un valor diferenciador.

Pel que fa al pla d'operacions, la proposta d'adequació del local és correcta, a manca d'un major nivell de detall. La distribució de l'espai és funcional, pensada per a la comoditat de l'usuari i alineada amb una imatge corporativa moderna. No obstant això, hi ha dubtes sobre la viabilitat econòmica d'algunes partides, tot i que en conjunt es considera una proposta assumible.

| Ítem | Màx | Rúbrica | Comentaris | Puntuació |
|--|-----|--|--|-----------|
| Pla de màrqueting | | | | |
| Estratègies i accions proposades Les estratègies i accions estan ben definides, són viables i innovadores. Es preveu un equilibri entre accions online i offline si escau. | 6 | 6 punts - Les estratègies i accions són innovadores, ben estructurades i realistes. L'equilibri entre accions online i offline està ben justificat. 4 punts - Les estratègies i accions són adequades i realistes, però amb marge de millora en coherència o innovació. 2 punts - Les estratègies són genèriques o amb accions poc desenvolupades. 0 punts - No hi ha una proposta clara d'estratègies o són inviables. | La proposta presenta un conjunt d'estratègies i accions comunicatives adequades i realistes, que responen de manera global als objectius del projecte. El plantejament mostra una planificació coherent i ben estructurada, amb un bon nivell de detall pel que fa a les actuacions previstes i un cronograma clar que permet entendre l'evolució de les accions en el temps. Tanmateix, es detecta un cert marge de millora pel que fa a la coherència amb el públic objectiu establert als plecs. Els perfils de "buyer" persona descrits no acaben d'ajustar-se a la realitat demogràfica ni a les necessitats comunicatives concretes del territori, la qual cosa pot restar eficàcia a algunes accions. A més, hi ha algunes actuacions, com les vinculades a la Festa Major, que es situen fora del període operatiu previst, generant un desajustament temporal que caldria revisar. En termes d'innovació, la proposta no incorpora elements especialment diferenciadors respecte a d'altres iniciatives similars. Les accions comunicatives segueixen formats convencionals i no s'aprofundeix en estratègies innovadores que | 4 |

| | | | | |
|---|-----|--|---|---|
| | | | <p>puguin aportar un valor afegit destacable. També es troba a faltar l'ús de canals més tradicionals, que podrien reforçar l'abast del missatge i garantir una millor cobertura entre segments de públic poc presents en entorns digitals.</p> | |
| <p>Adaptabilitat a la realitat del projecte El pla s'ajusta a les necessitats i característiques del servei o projecte que es vol contractar. No és genèric, sinó específic i contextualitzat.</p> | 3 | <p>3 punts - Totalment adaptat a les necessitats específiques del servei o projecte, amb propostes contextualitzades i detallades. 2 punts - Bona adaptació amb algun element genèric, però ben justificat. 1 punt - Adaptació parcial, amb accions massa genèriques o poc contextualitzades. 0 punts - Proposta genèrica sense cap adaptació al projecte concret.</p> | <p>El pla presentat destaca per la seva excel·lent adaptació a les característiques específiques de la ciutat, mostrant un coneixement profund del context local i de les particularitats dels diferents públics objectiu. Les accions proposades no són genèriques ni traslladables mecànicament a altres entorns, sinó que responen de manera clara i justificada a necessitats, oportunitats i dinàmiques concretes del territori. Aquesta adequació denota un domini sòlid de la realitat comunicativa de la ciutat, tant pel que fa als canals com als codis més efectius per arribar als col·lectius prioritaris.</p> <p>A més, el pla presenta una planificació temporal acurada, amb una intensitat comunicativa ben calibrada al llarg del temps, evitant pics artificials o fases inactives. Aquesta distribució equilibrada permet mantenir un nivell d'atenció sostingut i acompassa les accions de difusió amb les etapes clau del servei, afavorint una comunicació estratègica, eficient i adaptativa.</p> | 3 |
| <p>Pressupost i optimització de recursos El pressupost està detallat, ben justificat i mostra una bona relació qualitat-preu. Hi ha estratègies per maximitzar l'impacte amb els recursos disponibles.</p> | 3 | <p>3 punts - Pressupost detallat, ben justificat i amb una clara optimització dels recursos per maximitzar l'impacte. 2 punts - Pressupost coherent i justificat, però amb petites mancances en detalls o eficiència. 1 punt - Pressupost presentat amb poca justificació o amb dubtes sobre l'optimització. 0 punts - Pressupost incoherent, amb despeses desproporcionades o mal justificades.</p> | <p>El pressupost presentat és globalment coherent i adequat en relació amb el conjunt d'accions proposades. La distribució dels recursos mostra una planificació racional, amb imports que s'ajusten, a grans trets, a l'abast de les activitats comunicatives previstes. En aquest sentit, el document transmet una visió realista de les necessitats econòmiques del pla i no s'hi detecten despeses desproporcionades o fora de context.</p> <p>Tanmateix, el pressupost es presenta en forma de quantitats tancades per cada línia d'actuació, sense un desglossament detallat dels conceptes que la componen (com ara recursos humans, materials, producció gràfica, mitjans o difusió). Aquesta manca de precisió limita la capacitat d'avaluar l'eficiència de l'assignació de recursos, ja que no permet discernir si els imports proposats es corresponen amb costos de mercat ni fins a quin punt s'estan optimitzant els recursos disponibles.</p> | 2 |
| <p>Indicadors de seguiment i avaluació El pla inclou indicadors adequats per mesurar l'efectivitat de les accions i garantir la seva millora contínua.</p> | 1,5 | <p>1,5 punts - Els KPIs són adequats, mesurables i permeten una avaluació clara de l'efectivitat de les accions. 1 punt - Els KPIs són útils, però no del tot clars o ben detallats. 0,5 punts - Els indicadors són genèrics o amb poc valor per avaluar l'impacte real. 0 punts - No hi ha indicadors o són inaplicables.</p> | <p>La proposta inclou una relació adequada d'indicadors de seguiment i avaluació que, en línies generals, cobreixen els aspectes essencials del pla comunicatiu. Els KPIs identificats són rellevants i útils per mesurar l'impacte i el grau d'assoliment de les accions previstes, i demostren una voluntat clara d'orientar el pla a resultats mesurables. Aquesta actitud és positiva i coherent amb els requisits del projecte.</p> <p>Tanmateix, s'inclou un nombre molt elevat d'indicadors per acció, cosa que genera dubtes sobre la viabilitat real de recollir i analitzar tota aquesta informació de manera sistemàtica amb els recursos disponibles.</p> | 1 |

| | | | | |
|--|-----|---|---|---|
| <p>Innovació i diferenciació Es plantegen accions innovadores i estratègies diferenciadores respecte a la competència o altres projectes similars.</p> | 1,5 | <p>1,5 punts - La proposta inclou elements diferenciadors i accions innovadores que aporten un gran valor afegit. 1 punt - Hi ha innovació en alguns aspectes, però sense una proposta completament diferenciadora. 0,5 punts - Algunes idees interessants, però en conjunt és una proposta convencional. 0 punts - No hi ha elements innovadors o diferenciadors.</p> | <p>la proposta presentada no destaca per un enfocament innovador en el sentit estricte del terme —és a dir, no introdueix conceptes, canals o formats clarament nous en l'àmbit del màrqueting i la comunicació—. Les línies d'actuació que s'hi proposen s'emmarquen dins dels paràmetres habituals del sector i responen a fórmules ja consolidades que s'han aplicat en projectes similars. Això no obstant, cal reconèixer que el pla presenta determinats elements que aporten valor i diferenciació respecte a enfocaments més convencionals.</p> <p>En aquest sentit, un dels aspectes més destacables és el nivell de detall i personalització amb què es plantegen certes accions comunicatives. L'estructura del pla revela una voluntat de treballar des d'una perspectiva quirúrgica, amb accions molt específiques orientades a segments concrets de públic, i una atenció curosa als canals i missatges més adequats per a cada context. Aquesta manera de fer es distancia dels enfocaments més generalistes o estandaritzats que sovint s'apliquen en aquest tipus de projectes, i representa una forma subtil però efectiva d'introduir una estratègia diferenciadora.</p> | 1 |
| <p>Pla d'operacions</p> | | | | |
| <p>Proposta d'adequació del local - Funcionalitat i operativitat La proposta millora la funcionalitat del local per atendre correctament els usuaris, amb una distribució eficient de l'espai i accessos adequats.</p> | 3 | <p>3 punts - Distribució òptima de l'espai, accessos ben ubicats i zones diferenciades segons l'ús. Millora significativa de l'atenció i operativitat del servei. 2 punts - Distribució funcional, però amb petites mancances. Accessos adequats i millora moderada del servei. 1 punt - Proposta amb millores limitades o poc justificades. Distribució funcional però sense optimització clara. 0 punts - No aporta millores significatives o empitjora la funcionalitat.</p> | <p>El plantejament general de la distribució de l'espai és adequat i funcional, ja que contempla zones diferenciades per a les principals activitats del servei, com ara l'atenció al públic, el taller i les àrees d'autoservei. Aquesta organització permet garantir una operativitat mínima i respon de manera bàsica a les necessitats del servei.</p> <p>Tanmateix, la proposta no entra en un nivell de detall suficient per valorar plenament l'eficiència d'aquesta distribució ni aporta elements que evidencien una optimització de l'espai més enllà de la seva compartimentació funcional. No es descriuen solucions específiques per a la fluïdesa dels recorreguts interns, la interacció entre espais o l'accessibilitat real més enllà dels accessos bàsics.</p> | 2 |
| <p>Proposta d'adequació del local - Confort i experiència d'usuari Es proposen millores en il·luminació, ventilació, mobiliari o altres elements que afavoreixen una experiència agradable per a usuaris i personal</p> | 3 | <p>3 punts - Espai dissenyat per garantir una experiència òptima (llum natural, mobiliari ergonòmic, ventilació adequada, materials de qualitat) i totalment alineat amb la identitat corporativa gràfica (colors, logotip, elements visuals). 2 punts - Millores destacables en confort i experiència d'usuari, amb una adaptació parcial però correcta a la identitat corporativa. 1 punt - Inclou millores mínimes en confort i experiència d'usuari, amb una adequació superficial o inconsistent a la identitat corporativa. 0 punts - No proposa millores en confort ni en experiència d'usuari, ni respecta la identitat</p> | <p>La proposta presenta una implementació moderna i atractiva des del punt de vista de la identitat corporativa, amb un enfocament visual fresc que transmet una imatge contemporània i alineada amb els valors de sostenibilitat i mobilitat. Es percep una voluntat clara de cuidar l'experiència de l'usuari a través d'elements gràfics, materials i colors que connecten amb la imatge de marca. Aquesta adaptació, tot i no ser completa, resulta efectiva per generar un espai amb personalitat pròpia i reconeixible, que contribueix positivament a la percepció del servei.</p> <p>Tanmateix, pel que fa al confort físic dels usuaris, encara hi ha marge de millora ja que la zona d'espera no està pensada com un espai especialment amable ni acollidor.</p> | 2 |

| | | | | |
|--|---|---|--|---|
| | | corporativa. | | |
| Proposta d'adequació del local - Viabilitat tècnica i econòmica Les accions proposades són realistes i assumibles dins del pressupost i terminis de la licitació. | 3 | <p>3 punts - Proposta realista, ben detallada i assumible dins del pressupost i terminis. Justificació tècnica sòlida.</p> <p>2 punts - Assumible econòmicament, però amb algun aspecte tècnic poc detallat.</p> <p>1 punts - Presenta dubtes sobre viabilitat tècnica o costos mal justificats.</p> <p>0 punts - Proposta difícilment viable, manca de justificació tècnica o costos desproporcionats.</p> | <p>El pressupost presentat inclou un desglossament suficient per entendre les línies generals de despesa i permet veure una planificació econòmica coherent amb els requeriments del projecte. Les principals partides estan identificades i els imports són, en la seva major part, proporcionats i dins d'un marge assumible econòmicament.</p> <p>Tanmateix, algunes partides presenten imports que semblen poc realistes o desajustats, bé sigui per excés d'optimisme en els costos o per manca de concreció en la seva justificació tècnica.</p> | 2 |

La puntuació obtinguda és de 17 punts.

Oferta 3 - PANOT MOBILITY, SL - Sobre 2

El candidat aporta un document amb la fitxa tècnica, el pla de màrqueting, el pla d'operacions i les tarifes complementàries.

La proposta presenta una estructura formal completa, però el contingut no respon de manera prou específica a les necessitats del servei. El plantejament comunicatiu és general i manca de segmentació dels públics i adaptació a les fases de la campanya. L'enfocament no es considera prou contextualitzat ni innovador i no incorpora indicadors útils per fer un seguiment efectiu de les accions.

Pel que fa a l'operativa, s'aprecia una bona aproximació a l'experiència d'usuari i a la identitat corporativa, tot i que es detecten elements que dificultarien la funcionalitat del local i la seva adaptació a les condicions establertes. Pel que fa a la proposta econòmica la quantitat total està dins d'uns marges raonables per al projecte, però no permet una valoració clara pel fet de no estar desglossada ni ajustada als criteris del plec.

| Ítem | Màx | Rúbrica | Comentaris | Puntuació |
|---|-----|---|---|-----------|
| Pla de màrqueting | | | | |
| <p>Estratègies i accions proposades Les estratègies i accions estan ben definides, són viables i innovadores. Es preveu un equilibri entre accions online i offline si escau.</p> | 6 | <p>6 punts - Les estratègies i accions són innovadores, ben estructurades i realistes. L'equilibri entre accions online i offline està ben justificat.</p> <p>4 punts - Les estratègies i accions són adequades i realistes, però amb marge de millora en coherència o innovació.</p> <p>2 punts - Les estratègies són genèriques o amb accions poc desenvolupades.</p> <p>0 punts - No hi ha una proposta clara d'estratègies o són inviables.</p> | <p>El pla presentat mostra una estructura clara i ordenada, amb línies d'actuació que segueixen esquemes convencionals en matèria de comunicació i màrqueting. No obstant això, aquestes accions es presenten de manera força genèrica, sense aprofundir en el desenvolupament concret de cadascuna ni establir un calendari detallat que permeti comprendre la seqüència i la intensitat amb què es duran a terme. Aquesta manca de concreció limita la capacitat d'avaluar amb precisió l'abast i l'eficàcia potencial del pla, deixant moltes actuacions en un nivell teòric o descriptiu que dificulta la seva implementació efectiva.</p> <p>A més, el pla no fa una segmentació adequada dels públics objectiu, ja que dirigeix la major part de les accions a la ciutadania en general sense tenir en compte les necessitats específiques o la prioritització de diferents grups en cada fase comunicativa. Aquesta manca de definició pot diluir l'impacte de les campanyes i no permet optimitzar els recursos segons els perfils dels destinataris. També cal destacar que es proposa una acció mensual, el "trip maker", que pot generar conflictes amb la normativa de protecció de dades (LOPD), fet que pot posar en risc la legalitat i la imatge del projecte si no es gestiona adequadament.</p> | 2 |
| <p>Adaptabilitat a la realitat del projecte El pla s'ajusta a les necessitats i característiques del servei o projecte que es vol contractar. No és genèric, sinó específic i contextualitzat.</p> | 3 | <p>3 punts - Totalment adaptat a les necessitats específiques del servei o projecte, amb propostes contextualitzades i detallades.</p> <p>2 punts - Bona adaptació amb algun element genèric, però ben justificat.</p> <p>1 punt - Adaptació parcial, amb accions massa</p> | <p>El pla presentat mostra una adaptació parcial a les necessitats del servei, ja que les actuacions proposades s'ajusten de manera genèrica a les característiques bàsiques del projecte, però sense aprofundir en els detalls que farien que la proposta fos realment específica i contextualitzada. Les línies d'actuació no reflecteixen amb prou precisió la realitat particular de la ciutat, ni tenen en compte les seves singularitats socials, culturals o demogràfiques que podrien condicionar l'eficàcia de les accions.</p> | 1 |

| | | | | |
|---|-----|--|---|---|
| | | genèriques o poc contextualitzades. 0 punts - Proposta genèrica sense cap adaptació al projecte concret. | Això limita la capacitat del pla per connectar de manera efectiva amb els públics locals i per donar resposta a les necessitats concretes de la comunitat. | |
| Pressupost i optimització de recursos El pressupost està detallat, ben justificat i mostra una bona relació qualitat-preu. Hi ha estratègies per maximitzar l'impacte amb els recursos disponibles. | 3 | 3 punts - Pressupost detallat, ben justificat i amb una clara optimització dels recursos per maximitzar l'impacte. 2 punts - Pressupost coherent i justificat, però amb petites mancances en detalls o eficiència. 1 punt - Pressupost presentat amb poca justificació o amb dubtes sobre l'optimització. 0 punts - Pressupost incoherent, amb despeses desproporcionades o mal justificades. | El pressupost presentat mostra una manca de detall i justificació suficient que genera dubtes quant a la seva optimització i transparència. En concret, es presenta com un import tancat o tant alçat per cadascuna de les línies d'actuació, sense desglossar les despeses específiques que comprenen cada acció o partida. Aquesta forma de presentar el pressupost dificulta la comprensió clara dels recursos assignats a cada element del projecte i impedeix avaluar amb precisió si els costos estan ajustats a les necessitats reals o si existeix marge per a una millor optimització dels recursos. A més, el pressupost no reflecteix diferències significatives entre el primer any i els anys successius, malgrat que es preveu una diferència substancial en la quantitat destinada (25.000€ el primer any i 15.000€ en els següents). | 1 |
| Indicadors de seguiment i avaluació El pla inclou indicadors adequats per mesurar l'efectivitat de les accions i garantir la seva millora contínua. | 1,5 | 1,5 punts - Els KPIs són adequats, mesurables i permeten una avaluació clara de l'efectivitat de les accions. 1 punt - Els KPIs són útils, però no del tot clars o ben detallats. 0,5 punts - Els indicadors són genèrics o amb poc valor per avaluar l'impacte real. 0 punts - No hi ha indicadors o són inaplicables. | Els KPIs presentats se centren sobretot en aspectes operatius, però manquen de concreció i no estan vinculats a objectius comercials ni de comunicació clars. Aquesta falta de detall dificulta l'avaluació precisa de l'eficàcia de les accions i limita la possibilitat d'ajustar l'estratègia a partir dels resultats. Per millorar, caldria establir indicadors més específics, mesurables i alineats amb les metes del projecte. | 1 |
| Innovació i diferenciació Es plantegen accions innovadores i estratègies diferenciadores respecte a la competència o altres projectes similars. | 1,5 | 1,5 punts - La proposta inclou elements diferenciadors i accions innovadores que aporten un gran valor afegit. 1 punt - Hi ha innovació en alguns aspectes, però sense una proposta completament diferenciadora. 0,5 punts - Algunes idees interessants, però en conjunt és una proposta convencional. 0 punts - No hi ha elements innovadors o diferenciadors. | El projecte presenta elements d'innovació significatius, especialment pel que fa a la seva implantació territorial, la composició de l'equip i el model de negoci adoptat. L'equip que el desenvolupa compta amb característiques i experiències que reforcen aquesta orientació innovadora, aportant un enfocament fresc i original des del punt de vista organitzatiu i de gestió. Tanmateix, en el pla de màrqueting propiament dit, la proposta no esdevé realment diferenciadora ni aporta accions clarament innovadores. Les estratègies i tàctiques plantejades són convencionals i s'ajusten a pràctiques habituals dins del sector, sense explorar noves vies o formats disruptius que podrien generar un impacte més gran o posicionar el projecte de manera més destacada. | 1 |
| Pla d'operacions | | | | |

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| <p>Proposta d'adequació del local - Funcionalitat i operativitat La proposta millora la funcionalitat del local per atendre correctament els usuaris, amb una distribució eficient de l'espai i accessos adequats.</p> | 3 | <p>3 punts - Distribució òptima de l'espai, accessos ben ubicats i zones diferenciades segons l'ús. Millora significativa de l'atenció i operativitat del servei. 2 punts - Distribució funcional, però amb petites mancances. Accessos adequats i millora moderada del servei. 1 punt - Proposta amb millores limitades o poc justificades. Distribució funcional però sense optimització clara. 0 punts - No aporta millores significatives o empitjora la funcionalitat.</p> | <p>La proposta de distribució de l'espai està molt ben pensada, considerant tant la funcionalitat com l'operativitat del servei. S'ha planificat una organització clara i eficient dels diferents espais, diferenciant-los segons el seu ús específic, la qual cosa facilita el desenvolupament de les tasques i una millor atenció als usuaris. Això respon a les necessitats operatives del servei, garantint la seva eficàcia i qualitat.</p> <p>A més, la proposta incorpora innovacions concretes que aporten un valor afegit important, com és la inclusió d'un punt d'intercanvi de bateries i una estació per a inflar rodes situada a l'exterior. Aquestes millores no només incrementen la funcionalitat del local, sinó que també responen a necessitats pràctiques dels usuaris i potencien l'accessibilitat i comoditat del servei. Aquestes accions específiques mostren una preocupació per adaptar l'espai a les demandes reals i contribuir a una millor experiència global dels clients.</p> | 3 |
| <p>Proposta d'adequació del local - Confort i experiència d'usuari Es proposen millores en il·luminació, ventilació, mobiliari o altres elements que afavoreixen una experiència agradable per a usuaris i personal</p> | 3 | <p>3 punts - Espai dissenyat per garantir una experiència òptima (llum natural, mobiliari ergonòmic, ventilació adequada, materials de qualitat) i totalment alineat amb la identitat corporativa gràfica (colors, logotip, elements visuals). 2 punts - Millores destacables en confort i experiència d'usuari, amb una adaptació parcial però correcta a la identitat corporativa. 1 punt - Inclou millores mínimes en confort i experiència d'usuari, amb una adequació superficial o inconsistent a la identitat corporativa. 0 punts - No proposa millores en confort ni en experiència d'usuari, ni respecta la identitat corporativa.</p> | <p>La proposta d'espai està dissenyada amb un enfocament molt acurat per garantir una experiència òptima tant per als usuaris com per al personal. Es fa especial èmfasi en aspectes clau com un mobiliari ergonòmic i de qualitat, pensat per afavorir la comoditat i la funcionalitat en totes les activitats que es duen a terme. Aquest conjunt d'elements contribueix a configurar un espai que respon a les necessitats pràctiques i sensorials dels usuaris, millorant la seva experiència global.</p> <p>Paral·lelament, la proposta està totalment alineada amb la identitat corporativa gràfica, integrant amb coherència els colors, el logotip i altres elements visuals representatius de la marca. Aquesta integració afavoreix la creació d'una imatge cohesiva i professional que reforça el reconeixement i la presència del servei. L'enfocament global de la proposta resulta fresc i modern, reflectint una clara voluntat de connectar amb el públic de manera atractiva i contemporània, alhora que es garanteix una òptima funcionalitat de l'espai.</p> | 3 |
| <p>Proposta d'adequació del local - Viabilitat tècnica i econòmica Les accions proposades són realistes i assumibles dins del pressupost i terminis de la licitació.</p> | 3 | <p>3 punts - Proposta realista, ben detallada i assumible dins del pressupost i terminis. Justificació tècnica sòlida. 2 punts - Assumible econòmicament, però amb algun aspecte tècnic poc detallat. 1 punt - Presenta dubtes sobre viabilitat tècnica o costos mal justificats. 0 punts - Proposta difícilment viable, manca de justificació tècnica o costos desproporcionats.</p> | <p>El pressupost presentat resulta assumible des del punt de vista econòmic, ja que la quantitat total està dins d'uns marges raonables per al projecte, la qual cosa aporta una certa garantia de viabilitat financera. No obstant això, aquest pressupost es presenta de manera global, sense un desglossament detallat per partides o conceptes específics. Aquesta manca de desglossament dificulta la transparència i complica l'avaluació precisa de com es distribueixen els recursos, així com la identificació de possibles despeses que podrien estar sobredimensionades o, per contra, infraestimades.</p> | 2 |

La puntuació obtinguda és de 14 punts.

Resum de la puntuació obtinguda

Per tot això, la puntuació final és la que es detalla a continuació:

| Oferta | Llicitant | Puntuació |
|--------|---------------------------|-----------|
| 1 | CITYBIKE GLOBAL, SA | 14 |
| 2 | COOLTRA CITY SERVICES, SL | 17 |
| 3 | PANOT MOBILITY, SL | 14 |

És tot el que ens cal informar

El tècnic del servei
d'Alcaldia-Presidència

La cap de secció de
Transport, Estacionaments i
Qualitat Ambiental

Signat electrònicament per: JORDI SERRA MORALES
Data: 19/06/2025 13:51:32
Raó: Signatura
Lloc: Manresa

Signat electrònicament per: Queralt Torres Pla
Data: 25/06/2025 8:32:12
Raó: Signatura
Lloc: Manresa

