



Comunidad
de Madrid

Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía todas las firmas auténticas y se han ocultado los datos personales protegidos y los códigos que permitirían acceder al original.

Dirección General de Economía Circular
CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE,
ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y SOSTENIBILIDAD

MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA CONTRATACIÓN POR EMERGENCIA DE LA CAMPAÑA DE INFORMACIÓN Y CONCIENCIACIÓN SOBRE LA CORRECTA ELIMINACIÓN POR LOS CIUDADANOS DE EPIs (MASCARILLAS, GUANTES) RELACIONADOS CON LA COVID-19

La crisis sanitaria provocada por la COVID-19 ha provocado una profunda transformación a escala global de las relaciones sociales, los comportamientos individuales y las formas de desarrollar las actividades cotidianas. El objetivo último es el control de la expansión del virus y la protección de la salud humana, para lo que las acciones desarrolladas por cada persona son críticas para cortar la cadena de transmisión. En este sentido, la principal contribución que cada uno debe hacer a nivel individual es protegerse y proteger a los demás utilizando una mascarilla con carácter general, guantes en determinadas situaciones y, excepcionalmente, una pantalla protectora. Todos estos equipos de protección personal se conocen con el nombre genérico de EPIs.

El periodo de utilización segura de los EPIs es limitado, según sus características, yendo de unas pocas horas para las denominadas mascarillas quirúrgicas, hasta varios días en el caso de las pantallas. En algunos casos, los equipos pueden reutilizarse si son sometidos a un adecuado proceso de lavado y limpieza. De cualquier forma, transcurrido un tiempo mayor o menor, todos los EPIs pierden su eficacia y deben desecharse como un residuo. La escala de la generación no es despreciable, bastando para cuantificarla el dato de que, cada día, varias decenas de millones de españoles usan una mascarilla que cambian al final de la jornada. Son cientos de miles los que deben usar guantes desechables, principalmente entre los trabajadores y compradores en los comercios de alimentación.

La consecuencia de todo lo expuesto es la generación grandes cantidades de un nuevo tipo de residuo, en todas las actividades y en todos los lugares, situación que no se había vivido hasta el momento. Con la particularidad de que se trata de un material potencialmente peligroso, que puede servir como vehículo de transmisión del virus SARS-CoV-2. En este sentido es importante señalar que existe un importante porcentaje de la población, que tras las pruebas realizadas, es portadora del virus, pero asintomática, por lo que, aplicando el principio de precaución, es procedente gestionar todos los EPIs usados de una forma que evite el contacto con otras personas.

El carácter novedoso de este residuo y su potencial peligrosidad exige que todos los ciudadanos realicen la eliminación de sus EPIs usados de una forma controlada y segura. Y, por razones de urgencia y eficiencia, ello debe hacerse aprovechando el actual marco de la gestión de los residuos domésticos, que ya se encuentra implantado en todos los municipios. Es necesario informar y formar a los ciudadanos para que conozcan cómo deben eliminar sus EPIs, cortando rápidamente los casos que, ya sea por desconocimiento o incivismo, empiezan a verse con frecuencia en las calles, parques y en la naturaleza de abandono de estos equipos de forma descontrolada y peligrosa.

En conclusión, la campaña está destinada a informar a todas las personas sobre el lugar correcto para depositar sus EPIs usados, que es el tradicionalmente conocido como cubo de la basura (técnicamente denominado, de la fracción resto), donde se eliminan todos los residuos que no se separan selectivamente. Pero tan importante como lo anterior, es recordarles, también, que estos EPIs no pueden depositarse en los otros contenedores: amarillo, para los envases; verde, para el vidrio; azul, para el papel y cartón; y marrón, en los municipios donde ya esté implantado, para la materia orgánica (restos de comida y vegetales). Este comportamiento es una medida

sencilla, gratuita y de mayor eficacia para cortar la cadena de transmisión del virus y, simultáneamente, proteger la salud de los operarios de los servicios de limpieza de las calles y los trabajadores de las plantas de tratamiento de los residuos.

Considerando que la campaña se dirige a la totalidad de los ciudadanos, los mensajes deben ser sencillos, claros y directos, destacando la importancia de su comportamiento correcto para el bien común, y las consecuencias de no seguir las directrices para favorecer la expansión del virus. Por ello, también, es necesario que el mensaje se transmita a través de todos los canales de comunicación y medios disponibles.

Para ello se ha realizado un contrato menor para realizar la creatividad de esta campaña con la empresa SEPTEMBER WORLDWIDE, S. L., por un importe de 18.029,00 €, IVA incluido.

Creatividad que ha sido acabada y entregada y cuyos trabajos han consistido en la producción de los siguientes elementos:

- Cuñas de radio de 45 y 20 segundos.
- Prensa.
- Banners.
- Mupis

Dada la situación de la pandemia y la necesidad de iniciar cuanto antes estas medidas de educativas, divulgativas e informativas cuya finalidad es evitar que se extienda la mala práctica que se está observando en la gestión de este tipo de residuos por parte de los ciudadanos, su contratación se realizará mediante un contrato de emergencia.

Se ha solicitado autorización a la Junta Central de Compras para su contratación fuera del sistema establecido de adquisición centralizada, cuya resolución favorable se acompaña.

Igualmente se ha solicitado la correspondiente autorización a la Secretaría General Técnica de la Consejería de Presidencia.

Se solicitó presupuesto, por importe máximo de 481.000 euros, IVA incluido, a WAVEMAKER PUBLICIDAD SPAIN, S.L., empresa con medios suficientes y acreditada experiencia para su ejecución, ya que ha sido empresa adjudicataria para la realización de campañas a través del Acuerdo Marco para la Compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios, para campañas de publicidad institucional, en el período 2018-2020 que finalizó en el mes de julio.

El presupuesto presentado por WAVEMAKER PUBLICIDAD SPAIN, S.L., asciende a 480.665,07 euros, IVA incluido.

Difusión de la campaña

Los medios de difusión a contratar serán como mínimo los que se detallan a continuación; a título indicativo se establecen los porcentajes que se han calculado para cada uno de ellos, pudiendo variarse estos porcentajes siempre que no suponga un incremento del presupuesto consignado.

MEDIO	PORCENTAJE
Radio	20
Prensa escrita	29
Exterior (mobiliario urbano, traseras autobuses)	22
Digital	29
TOTAL	100

Se pretende realizar la difusión de la campaña a partir del 19 de octubre al 8 de noviembre de 2020.

Presupuesto de la campaña

El importe total de la campaña asciende a la cantidad de **480.665,07 euros**, de acuerdo con la oferta presentada por la empresa WAVEMAKER PUBLICIDAD SPAIN, S.L., NIF: B81173171, de fecha 25 de septiembre de 2020.

El coste será imputado a la partida 28001, Proyecto de gasto 2020/00164, del programa 456N, Economía Circular, del vigente Presupuesto de gastos.

Forma de pago

Se abonará mediante certificación única a la finalización de la campaña.

Madrid, a fecha de firma

EL DIRECTOR GENERAL DE ECONOMÍA CIRCULAR

Firmado digitalmente por: GALVÁN LÓPEZ VICENTE
Fecha: 2020.10.09 13:25

Fdo.: Vicente Galván López