



ACTA DE VALORACIÓN DE LAS PROPOSICIONES NO VALORABLES
AUTOMÁTICAMENTE, APERTURA DE PROPOSICIONES VALORABLES
AUTOMÁTICAMENTE Y PROPUESTA DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO
“PROGRAMA DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN DIRECTA Y DE PROXIMIDAD PARA
LA IMPLANTACIÓN EN LA COMARCA DE PAMPLONA DE LOS CONTENEDORES CON
APERTURA MEDIANTE TARJETA ELECTRÓNICA Y MÓVIL (PERIODO 2022/2023).
EXPEDIENTE 2022/SCON-ASU/000001”

Pamplona, 19 de abril de 2022

Con fecha 1 de febrero de 2022, el Consejo de Administración de SCPSA, aprobó la licitación del contrato “Programa de Acciones de Comunicación Directa y de Proximidad para la Implantación en la Comarca de Pamplona de los Contenedores con Apertura Mediante Tarjeta Electrónica y Móvil (Periodo 2022/2023). Expediente 2022/SCON-ASU/000001”.

El valor estimado del contrato asciende a 1.573.000,00 € IVA excluido y se divide en dos lotes:

- **Lote 1** – Programa de acciones de comunicación directa y de proximidad para la implantación en la Comarca de Pamplona de los contenedores con apertura mediante tarjeta electrónica y móvil (Periodo Otoño 2022. Fases 1-3), siendo el importe de licitación de 550.000,00 € IVA excluido.
- **Lote 2** – Programa de acciones de comunicación directa y de proximidad para la implantación en la Comarca de Pamplona de los contenedores con apertura mediante tarjeta electrónica y móvil (Periodo Primavera 2023. Fases 4-8), siendo el importe de licitación de 880.000,00 € IVA excluido.

El anuncio de licitación fue publicado en el DOUE y en el Portal de Contratación de Navarra finalizando el plazo de presentación de ofertas el 4 de marzo de 2022 a las 13:00 horas.

Presentaron oferta a la licitación de los Lotes 1 y 2 las siguientes empresas:

- Lavola 1981, S.A.U.
- SM, Sistemas Medioambientales, S.L.

Reunida la Mesa de Contratación el 4 de marzo, previa la apertura y comprobación de la documentación contenida en los sobres A, admitió la documentación administrativa presentada por las empresas Lavola 1984, S.A.U. y SM, Sistemas Medioambientales, S.L. a ambos lotes.

Posteriormente, se procedió a la apertura del Sobre B: Documentación sujeta a la aplicación de juicios de valor y se acordó encomendar el análisis y el informe de valoración de la misma de las empresas admitidas a los miembros de la Mesa de Contratación que forman parte del Departamento que propone la presente licitación.

Con fecha 13 de abril de 2022 la Jefa de Sensibilización Ambiental de SCPSA emite el Informe de Valoración Técnica de la Licitación del “Programa de Acciones de Comunicación Directa y de Proximidad para la Implantación en la Comarca de Pamplona de los Contenedores con Apertura Mediante Tarjeta Electrónica y Móvil (Periodo 2022/2023). Expediente 2022/SCON-ASU/000001”, con el siguiente resultado:

CRITERIOS NO VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE LOTE 1	LAVOLA 1981, S.A.U	SM, SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.
1.Propuesta detallada del <i>Plan de coordinación general y control de calidad de la campaña</i>. Se presentará propuesta justificada que desarrolle, entre otros, los siguientes apartados: el plan de trabajo; los recursos asignados a esta contratación; la organización de las actividades y tareas de la campaña; el plan de formación del personal; y el plan de evaluación y control de calidad de la campaña. Hasta 10 puntos	10,00	5,00
2.Campaña de acciones dirigidas a los: Ayuntamientos de la/las zonas y entidades aliadas del barrio o localidad. Se presentará propuesta justificada de acciones con el objetivo de buscar la colaboración de los ayuntamientos en la difusión de la campaña entre los vecinos y vecinas del barrio o localidad, en el marco del compromiso y la corresponsabilidad de todas las partes. Se expondrán, también, acciones para promover la gestión sostenible de los residuos en sus instalaciones y dependencias, así como la ambientalización progresiva de los eventos que promueve y/o en los que participa. Se incluirá, además, propuesta de acciones para agentes de reconocido prestigio en la zona que actúen como aliados de la campaña. En la propuesta se recogerá la identificación de los agentes, así como las acciones y recursos (materiales y humanos) asignados por encima de los mínimos exigidos en este pliego, la programación y el calendario. Hasta 8 puntos	8,00	4,00
3.Campaña de acciones dirigidas a los: Establecimientos. Se presentará propuesta justificada de acciones dirigidas, entre otros, a los comercios y mercados municipales; Horecas; sociedades gastronómicas y peñas; residencias y guarderías; y pequeños productores y productores singulares de las zonas de campaña. La propuesta incluirá, además, los recursos (materiales y humanos) asignados por encima de los mínimos exigidos en este pliego, la programación y el calendario. Hasta 7 puntos	7,00	4,00
4.Campaña de acciones dirigidas a la: Ciudadanía. Se presentará propuesta justificada del plan de acciones de comunicación dirigidas a este colectivo en su conjunto en cada una de las fases de la campaña, así como a colectivos específicos como las asociaciones de inmigrantes, etc. La propuesta incluirá acciones y recursos (materiales y humanos) asignados por encima de los mínimos exigidos en este pliego, la programación y el calendario. Hasta 15 puntos	15,00	8,00

5. Plan de comunicación digital y Plan de promoción de las acciones. Se presentará propuesta justificada del plan de comunicación digital complementario a la campaña de comunicación general. Así mismo, se desarrollará el plan de promoción de las diferentes acciones (descritas en los puntos 2, 3 y 4 anteriores), en el caso de que se considere necesario. Hasta 7 puntos	7,00	4,00
6. Vestuario de los y las profesionales y elementos identificación. Se presentará propuesta de vestuario del personal y de los elementos de identificación complementarios para facilitar su pronta identificación y localización en espacios públicos abiertos. Por lo que respecta al vestuario, se tendrá en cuenta, así mismo, el número y en qué medida las prendas propuestas protegen a los y las profesionales ante las diferentes condiciones climatológicas. Hasta 3 puntos	3,00	2,00
PUNTUACIÓN TOTAL CRITERIOS NO VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE (Hasta 50 puntos)	50,00	27,00

VALORACIÓN GENERAL DE LAS PROPOSICIONES:

LA OFERTA DE LA EMPRESA SM, SERVICIOS MEDIOAMBIENTALES desarrolla de forma correcta los distintos apartados que se recogen en el pliego. Incluye un conjunto de acciones que dan respuesta a los requerimientos de base del pliego, tanto en lo que se refiere a sus objetivos, como al número de acciones y su contenido, si bien apenas incluye acciones complementarias de interés que enriquezcan la campaña que se describe en las prescripciones técnicas. A destacar, que en la memoria no se hace mención alguna a la posibilidad de abrir el contenedor con el móvil y son varios los apartados en los que la descripción de ciertas tareas parece más bien dar respuesta a la licitación de 2021, anterior a esta. Por ejemplo: en lo que se refiere al protocolo de reparto de las tarjetas y no de los sobres como se solicita y desarrolla con detalle en el pliego; la reprogramación de las tarjetas; la inclusión de los centros veterinarios como público diana; la organización de las tareas en el periodo posterior a la colocación de los contenedores; el Plan de Comunicación digital o la propuesta de talleres de sensibilización exclusivamente online como respuesta al escenario anterior de la crisis sanitaria. Con relación a la propuesta con mejor valoración, ofrece un número menor de acciones por encima de los mínimos exigidos y es menos valiosa en cuanto a su aportación para la consecución de los retos del proyecto. Por lo que se refiere al personal, no concreta el número de educadores que se precisa para llevar a término su plan y oferta un menor número de horas. A destacar su Plan de Formación del personal, y la descripción con detalle de las tareas que desarrollan las acciones propuestas.

LA OFERTA DE LA EMPRESA ANTHESIS LAVOLA es una oferta muy bien justificada que incluye un conjunto valioso de acciones seleccionadas a la luz de los principios teóricos y los objetivos específicos que fundamentan su propuesta. Realiza importantes aportaciones para el logro de los objetivos del Programa, destacando la relación de recursos materiales y humanos por encima de los mínimos exigidos que se ponen a disposición del contrato como garantía para su logro. Sus

propuestas alcanzan las máximas puntuaciones en todos los apartados, y destacan por su fundamentación, originalidad, variedad, así como por la armonía y la complementariedad de sus acciones.

Por lo que respecta a cada uno de los apartados, cabe destacar lo siguiente:

- **COORDINACIÓN GENERAL Y CONTROL DE CALIDAD DEL PROGRAMA:** propuesta bien justificada y correctamente desarrollada que incluye un plan de trabajo detallado y la previsión de las distintas categorías de tareas, el cronograma y los protocolos necesarios para asegurar el correcto cumplimiento de los objetivos pautados. A destacar, además de los recursos asignados al contrato antes mencionados, el riguroso plan de evaluación y control de calidad, así como las acciones transversales que enriquecen y dan coherencia y fortaleza al conjunto de la propuesta.
- **CAMPAÑA DE ACCIONES DIRIGIDAS A LOS AYUNTAMIENTOS Y ALIADOS DEL BARRIO/LOCALIDAD:** propuesta bien razonada y con un elenco de acciones variadas y de valor para cada uno de los dos destinatarios, entre las que destacan, en el caso de los Ayuntamientos: las tareas de soporte y los talleres; y en el caso de los aliados: la entrega de un kit de comunicación digital y el focus group.
- **CAMPAÑA DE ACCIONES DIRIGIDAS A LOS ESTABLECIMIENTOS:** propuesta bien justificada que incluye acciones para todos los periodos de la campaña. A destacar el mailing para las asociaciones, la guía de buenas prácticas y la metodología y el protocolo de gestión de los puntos críticos en la fase posterior a la colocación de los contenedores.
- **CAMPAÑA DE ACCIONES DIRIGIDAS A LA CIUDADANÍA:** propuesta bien fundamentada que incluye un conjunto rico y variado de acciones que abarcan todas las etapas de la campaña. A destacar los talleres para las personas mayores y de otras nacionalidades en la fase previa a la colocación de contenedores, y la metodología de gestión de los puntos críticos, los recursos para visibilizar las acciones y el evento de la “Casa de Alejo” en la fase posterior.
- **PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL:** interesante plan que complementa el plan de comunicación general de la MCP a la vez que se ciñe al contexto de la nueva campaña. A destacar el plan de contenidos digitales para ayuntamientos y entidades aliadas, los kits de comunicación digital adaptados a los perfiles de las diferentes entidades aliadas y las acciones de comunicación complementarias.
- **ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN Y RECONOCIMIENTO DE LOS PROFESIONALES:** con una razonada justificación y un conjunto numeroso, variado y de valor de elementos que ayudarán a hacer visible el trabajo del equipo de profesionales de la campaña.

CRITERIOS NO VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE LOTE 2	LAVOLA 1981, S.A.U	SM, SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.
1. Propuesta detallada del <i>Plan de coordinación general y control de calidad de la campaña</i> . Se presentará propuesta justificada que desarrolle, entre	10,00	5,00

otros, los siguientes apartados: el plan de trabajo; los recursos asignados a esta contratación; la organización de las actividades y tareas de la campaña; el plan de formación del personal; y el plan de evaluación y control de calidad de la campaña. Hasta 10 puntos		
2.Campaña de acciones dirigidas a los: Ayuntamientos de la/las zonas y entidades aliadas del barrio o localidad. Se presentará propuesta justificada de acciones con el objetivo de buscar la colaboración de los ayuntamientos en la difusión de la campaña entre los vecinos y vecinas del barrio o localidad, en el marco del compromiso y la corresponsabilidad de todas las partes. Se expondrán, también, acciones para promover la gestión sostenible de los residuos en sus instalaciones y dependencias, así como la ambientalización progresiva de los eventos que promueve y/o en los que participa. Se incluirá, además, propuesta de acciones para agentes de reconocido prestigio en la zona que actúen como aliados de la campaña. En la propuesta se recogerá la identificación de los agentes, así como las acciones y recursos (materiales y humanos) asignados por encima de los mínimos exigidos en este pliego, la programación y el calendario. Hasta 8 puntos	8,00	4,00
3.Campaña de acciones dirigidas a los: Establecimientos. Se presentará propuesta justificada de acciones dirigidas, entre otros, a los comercios y mercados municipales; Horecas; sociedades gastronómicas y peñas; residencias y guarderías; y pequeños productores y productores singulares de las zonas de campaña. La propuesta incluirá, además, los recursos (materiales y humanos) asignados por encima de los mínimos exigidos en este pliego, la programación y el calendario. Hasta 7 puntos	7,00	4,00
4.Campaña de acciones dirigidas a la: Ciudadanía. Se presentará propuesta justificada del plan de acciones de comunicación dirigidas a este colectivo en su conjunto en cada una de las fases de la campaña, así como a colectivos específicos como las asociaciones de inmigrantes, etc. La propuesta incluirá acciones y recursos (materiales y humanos) asignados por encima de los mínimos exigidos en este pliego, la programación y el calendario. Hasta 15 puntos	15,00	8,00
5.Plan de comunicación digital y Plan de promoción de las acciones. Se presentará propuesta justificada del plan de comunicación digital complementario a la campaña de comunicación general. Así mismo, se desarrollará el plan de promoción de las diferentes acciones (descritas en los puntos 2, 3 y 4 anteriores), en el caso de que se considere necesario. Hasta 7 puntos	7,00	4,00
6.Vestuario de los y las profesionales y elementos identificación. Se presentará propuesta de vestuario del personal y de los elementos de identificación complementarios para facilitar su pronta identificación y localización en espacios públicos abiertos. Por lo que respecta al vestuario, se tendrá en cuenta, así mismo, el número y en qué medida las prendas	3,00	2,00

propuestas protegen a los y las profesionales ante las diferentes condiciones climatológicas. Hasta 3 puntos		
PUNTUACIÓN TOTAL CRITERIOS NO VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE (Hasta 50 puntos)	50,00	27,00

VALORACIÓN GENERAL DE LAS PROPOSICIONES:

LA OFERTA DE LA EMPRESA SM, SERVICIOS MEDIOAMBIENTALES desarrolla de forma correcta los distintos apartados que se recogen en el pliego. Incluye un conjunto de acciones que dan respuesta a los requerimientos de base del pliego, tanto en lo que se refiere a sus objetivos, como al número de acciones y su contenido, si bien apenas incluye acciones complementarias de interés que enriquezcan la campaña que se describe en las prescripciones técnicas. A destacar, que en la memoria no se hace mención alguna a la posibilidad de abrir el contenedor con el móvil y son varios los apartados en los que la descripción de ciertas tareas parece más bien dar respuesta a la licitación de 2021, anterior a esta. Por ejemplo: en lo que se refiere al protocolo de reparto de las tarjetas y no de los sobres como se solicita y desarrolla con detalle en el pliego; la reprogramación de las tarjetas; la inclusión de los centros veterinarios como público diana; la organización de las tareas en el periodo posterior a la colocación de los contenedores; el Plan de Comunicación digital o la propuesta de talleres de sensibilización exclusivamente online como respuesta al escenario anterior de la crisis sanitaria. Con relación a la propuesta con mejor valoración, ofrece un número menor de acciones por encima de los mínimos exigidos y es menos valiosa en cuanto a su aportación para la consecución de los retos del proyecto. Por lo que se refiere al personal, no concreta el número de educadores que se precisa para llevar a término su plan y oferta un menor número de horas. A destacar su Plan de Formación del personal, y la descripción con detalle de las tareas que desarrollan las acciones propuestas.

LA OFERTA DE LA EMPRESA ANTHESIS LAVOLA es una oferta muy bien justificada que incluye un conjunto valioso de acciones seleccionadas a la luz de los principios teóricos y los objetivos específicos que fundamentan su propuesta. Realiza importantes aportaciones para el logro de los objetivos del Programa, destacando la relación de recursos materiales y humanos por encima de los mínimos exigidos que se ponen a disposición del contrato como garantía para su logro. Sus propuestas alcanzan las máximas puntuaciones en todos los apartados, y destacan por su fundamentación, originalidad, variedad, así como por la armonía y la complementariedad de sus acciones.

Por lo que respecta a cada uno de los apartados, cabe destacar lo siguiente:

- **COORDINACIÓN GENERAL Y CONTROL DE CALIDAD DEL PROGRAMA:** propuesta bien justificada y correctamente desarrollada que incluye un plan de trabajo detallado y la previsión de las distintas categorías de tareas, el cronograma y los protocolos necesarios para asegurar el correcto cumplimiento de los objetivos pautados. A destacar, además de los recursos asignados al contrato antes mencionados, el riguroso plan de evaluación y control de calidad, así como las acciones transversales que enriquecen y dan coherencia y fortaleza al conjunto de la propuesta.
- **CAMPAÑA DE ACCIONES DIRIGIDAS A LOS AYUNTAMIENTOS Y ALIADOS DEL BARRIO/LOCALIDAD:** propuesta bien razonada y con un elenco de acciones variadas y de valor para cada uno de los dos destinatarios, entre las que destacan, en el caso de los Ayuntamientos: las tareas de soporte y los

talleres; y en el caso de los aliados: la entrega de un kit de comunicación digital y el focus group.

- **CAMPAÑA DE ACCIONES DIRIGIDAS A LOS ESTABLECIMIENTOS:** propuesta bien justificada que incluye acciones para todos los periodos de la campaña. A destacar el mailing para las asociaciones, la guía de buenas prácticas y la metodología y el protocolo de gestión de los puntos críticos en la fase posterior a la colocación de los contenedores.
- **CAMPAÑA DE ACCIONES DIRIGIDAS A LA CIUDADANÍA:** propuesta bien fundamentada que incluye un conjunto rico y variado de acciones que abarcan todas las etapas de la campaña. A destacar los talleres para las personas mayores y de otras nacionalidades en la fase previa a la colocación de contenedores, y la metodología de gestión de los puntos críticos, los recursos para visibilizar las acciones y el evento de la “Casa de Alejo” en la fase posterior.
- **PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL:** interesante plan que complementa el plan de comunicación general de la MCP a la vez que se ciñe al contexto de la nueva campaña. A destacar el plan de contenidos digitales para ayuntamientos y entidades aliadas, los kits de comunicación digital adaptados a los perfiles de las diferentes entidades aliadas y las acciones de comunicación complementarias.
- **ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN Y RECONOCIMIENTO DE LOS PROFESIONALES:** con una razonada justificación y un conjunto numeroso, variado y de valor de elementos que ayudarán a hacer visible el trabajo del equipo de profesionales de la campaña.

Siendo las 11:00 h. del 19 de abril, se reúnen los miembros de la Mesa de Contratación que se relacionan al final del acta por medios telemáticos y acuerdan validar el informe de valoración de la documentación sujeta a la aplicación de juicios de valor emitido por la Jefa de Sensibilización Ambiental de SCPSA.

Posteriormente, se procede a la apertura del sobre C- Proposición Valorable automáticamente.

Los datos presentados en el Sobre C - Proposición valorable automáticamente se recogen a continuación junto con los necesarios para el cálculo de la puntuación según la fórmula prevista en el punto A.8 del pliego. Se comprueba, conforme al pliego regulador de la contratación, que las ofertas no pueden considerarse anormalmente bajas.

CRITERIOS VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE LOTE 1	LAVOLA 1981, S.A.U	SM, SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.
A. OFERTA ECONÓMICA	HASTA 25 PUNTOS	
Importe ofertado IVA excluido	495.000,00	495.000,00
PUNTUACIÓN PROPOSICIÓN ECONÓMICA	25,00	25,00
B. CRITERIOS SOCIALES	HASTA 10 PUNTOS	
Formación: compromiso de realización de 8,00 horas de acciones de sensibilización y formación a la plantilla que ejecutará el contrato acerca de los derechos en materia de igualdad y de conciliación.	Si	Si
PUNTUACIÓN CRITERIOS SOCIALES	10,00	10,00

C. OTROS CRITERIOS VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE		HASTA 15 PUNTOS
A. Formación del personal 4 horas: 1 punto 6 horas: 2 puntos 8 horas: 3 puntos 10 horas: 4 puntos Más de 12 horas: 5 puntos	Más de 12 5,00	Más de 12 5,00
B. Puntos de contenedor críticos en cada zona: 11 puntos críticos: 1 punto 12 puntos críticos: 2 puntos 13 puntos críticos: 3 puntos 14 puntos críticos: 4 puntos Más de 15 puntos críticos: 5 puntos	Más de 15 5,00	Más de 15 5,00
C. Entrega de tarjetas 76% del total de tarjetas: 1 punto 77% del total de tarjetas: 2 puntos 78% del total de tarjetas: 3 puntos 79% del total de tarjetas: 4 puntos 80% del total de tarjetas: 5 puntos	80% 5,00	85%* 5,00
PUNTUACIÓN OTROS CRITERIOS VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE	15,00	15,00
PUNTUACIÓN TOTAL PROPOSICIONES VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE (HASTA 50 PUNTOS)	50,00	50,00

*SM ha incluido un anexo con una tabla de porcentajes en el punto C) entrega de tarjetas que no se corresponde con el previsto en el pliego, ya que comienza en el 81% y acaba en el 85%. No obstante, como el máximo es el 80% y su oferta indica el 85% se le otorga la máxima puntuación.

CRITERIOS VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE LOTE 2	LAVOLA 1981, S.A.U	SM, SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.
A. OFERTA ECONÓMICA	HASTA 25 PUNTOS	
Importe ofertado IVA excluido	792.000,00	792.000,00
PUNTUACIÓN PROPOSICIÓN ECONÓMICA	25,00	25,00
B. CRITERIOS SOCIALES	HASTA 10 PUNTOS	
Formación: compromiso de realización de 8,00 horas de acciones de sensibilización y formación a la plantilla que ejecutará el contrato acerca de los derechos en materia de igualdad y de conciliación.	Si	Si
PUNTUACIÓN CRITERIOS SOCIALES	10,00	10,00
C. OTROS CRITERIOS VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE	HASTA 15 PUNTOS	
D. Formación del personal 4 horas: 1 punto 6 horas: 2 puntos 8 horas: 3 puntos 10 horas: 4 puntos Más de 12 horas: 5 puntos	Más de 12 5,00	Más de 12 5,00

E. Puntos de contenedor críticos en cada zona: 11 puntos críticos: 1 punto 12 puntos críticos: 2 puntos 13 puntos críticos: 3 puntos 14 puntos críticos: 4 puntos Más de 15 puntos críticos: 5 puntos	Más de 15 5,00	Más de 15 5,00
F. Entrega de tarjetas 76% del total de tarjetas: 1 punto 77% del total de tarjetas: 2 puntos 78% del total de tarjetas: 3 puntos 79% del total de tarjetas: 4 puntos 80% del total de tarjetas: 5 puntos	80% 5,00	85%* 5,00
PUNTUACIÓN OTROS CRITERIOS VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE	15,00	15,00
PUNTUACIÓN TOTAL PROPOSICIONES VALORABLES AUTOMÁTICAMENTE (HASTA 50 PUNTOS)	50,00	50,00

* SM ha incluido un anexo con una tabla de porcentajes en el punto C) entrega de tarjetas que no se corresponde con el previsto en el pliego, ya que comienza en el 81% y acaba en el 85%. No obstante, como el máximo es el 80% y su oferta indica el 85% se le otorga la máxima puntuación.

Por todo ello, las puntuaciones totales resultantes son:

Para el Lote 1:

Empresa	Puntuación criterios no valorables automáticamente	Puntuación criterios valorables automáticamente	Puntuación total
Lavola 1981, S.A.U.	50,00	50,00	100,00
SM, Sistemas Medioambientales, S.L.	27,00	50,00	77,00

Para el Lote 2:

Empresa	Puntuación criterios no valorables automáticamente	Puntuación criterios valorables automáticamente	Puntuación total
Lavola 1981, S.A.U.	50,00	50,00	100,00
SM, Sistemas Medioambientales, S.L.	27,00	50,00	77,00

En consecuencia, SE ACUERDA:

1. VALIDAR el informe de valoración de la documentación sujeta a la aplicación de juicios de valor emitido el 13 de abril por la Jefa de Sensibilización Ambiental de SCPSA.
2. PROPONER al Consejo de Administración de SCPSA la adjudicación del Lote 1 del contrato "Programa de Acciones de Comunicación Directa y de Proximidad para la Implantación en la

Comarca de Pamplona de los Contenedores con Apertura Mediante Tarjeta Electrónica y Móvil (Periodo 2022/2023). Expediente 2022/SCON-ASU/000001” a la empresa Lavola 1981, S.A.U. por un importe de 495.000,00 € IVA excluido, con una puntuación de 100,00 sobre 100 puntos y una baja del 10,00 % respecto al importe de licitación del Lote. Dicha propuesta queda condicionada a la presentación por la empresa Lavola 1981, S.A.U. de la documentación exigida en el punto B.6 del pliego regulador del contrato.

3. PROPONER al Consejo de Administración de SCPSA la adjudicación del Lote 2 del contrato “Programa de Acciones de Comunicación Directa y de Proximidad para la Implantación en la Comarca de Pamplona de los Contenedores con Apertura Mediante Tarjeta Electrónica y Móvil (Periodo 2022/2023). Expediente 2022/SCON-ASU/000001” a la empresa Lavola 1981, S.A.U. por un importe de 792.000,00 € IVA excluido, con una puntuación de 100,00 sobre 100 puntos y una baja del 10,00 % respecto al importe de licitación del Lote. Dicha propuesta queda condicionada a la presentación por la empresa Lavola 1981, S.A.U. de la documentación exigida en el punto B.6 del pliego regulador del contrato.
4. REQUERIR a la empresa Lavola 1981, S.A.U. para que en el plazo de 7 días naturales desde la remisión de la presente notificación aporte la documentación exigida en el punto B.6. del pliego regulador de condiciones.

Firmado electrónicamente por las siguientes personas:

Aritz Ayesa Blanco
Presidente de la Mesa de
Contratación

Carmen Villanueva Arbeloa
Jefa de Sensibilización
Ambiental

Belén Pascual Morrás
Economista

María Moral Gurrea
Técnica en Asesoría Jurídica

Mónica Eneterreaga Echepare
Jefa de Compras