

ACTA DE LA MESA DE CONTRATACIÓN

Expediente de contratación 4-2023. Diseño, la organización, coordinación y realización de talleres de educación ambiental, información puerta a puerta, compra y reparto de kits para la implantación de la recogida separada de la fracción del Biorresiduos, tanto de los residuos domésticos de los hogares como los residuos comerciales.

Fecha y hora de celebración

09 de mayo de 2023 a las 10:45:00

Lugar de celebración

Sala de comisiones del Ayuntamiento de Granadilla de Abona

Asistentes

D. Marco J. González Alonso, PRESIDENTE

Dña. Ruth Cristina Arteaga González, INTERVENTORA AYUNTAMIENTO DE GRANADILLA DE ABONA, como VOCAL

D. Manuel Ortiz Correa, SECRETARIO AYUNTAMIENTO DE GRANADILLA DE ABONA como VOCAL y actuando como SECRETARIO DE LA MESA

Orden del día

- 1.- Apertura y calificación administrativa
- 2.- Subsanación
- 4.- Valoración criterios basados en juicios de valor.
- 5.- Apertura criterios evaluables automáticamente.
- 6.- Valoración criterios evaluables automáticamente.
- 7.- Propuesta adjudicación.

Se Expone

Apertura y calificación administrativa: 4-2023 Campañas - Diseño, la organización, coordinación y realización de talleres de educación ambiental, información puerta a puerta, compra y reparto de kits para la implantación de la recogida separada de la fracción del Biorresiduos, tanto de los residuos domésticos de los hogares como los residuos comerciales.

Han concurrido las siguientes empresas:

NIF: B38362166 GAIA Consultores Insulares S.L.U. Fecha de presentación: 01 de mayo de 2023 a las 14:53:38

NIF: B61461810 SM SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L. Fecha de presentación: 28 de abril de 2023 a las 15:59:51

NIF: B71066153 Vermican Soluciones de Compostaje SL Fecha de presentación: 28 de abril de 2023 a las 15:45:48

Tras la revisión de la documentación aportada por los licitadores la mesa concluye lo siguiente:

Admitir a los siguientes licitadores:

NIF: B61461810 SM SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.

Tienen que subsanar los siguientes licitadores:

NIF: B38362166 GAIA Consultores Insulares S.L.U. Tendrá que aportar de nuevo la documentación necesaria para el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Solvencia Técnica/Económica-Seguro de indemnización Motivo: Se solicita póliza de RC. Cláusula 3.4.3

NIF: B71066153 Vermican Soluciones de Compostaje SL Tendrá que aportar de nuevo la documentación necesaria para el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Solvencia Técnica/Económica-Seguro de indemnización

2.- Subsanación: 4-2023 Campañas - Diseño, la organización, coordinación y realización de talleres de educación ambiental, información puerta a puerta, compra y reparto de kits para la implantación de la recogida separada de la fracción del Biorresiduos, tanto de los residuos domésticos de los hogares como los residuos comerciales.

Tras la revisión de la documentación aportada por los licitadores la mesa concluye lo siguiente:

Admitir a los siguientes licitadores:

NIF: B38362166 GAIA Consultores Insulares S.L.U.

NIF: B61461810 SM SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.

NIF: B71066153 Vermican Soluciones de Compostaje SL

3.- Apertura criterios basados en juicios de valor: 4-2023 Campañas - Diseño, la organización, coordinación y realización de talleres de educación ambiental, información puerta a puerta, compra y reparto de kits para la implantación de la recogida separada de la fracción del Biorresiduos, tanto de los residuos domésticos de los hogares como los residuos comerciales.

Se procede a la apertura de los sobres de aquellas empresas que hayan sido admitidas:

NIF: B38362166 GAIA Consultores Insulares S.L.U.

NIF: B61461810 SM SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.

NIF: B71066153 Vermican Soluciones de Compostaje SL

La documentación aportada por los licitadores es aportada a los técnicos para su correspondiente evaluación.

Donde se expresa en los siguientes terminos:

1. Cláusulas de valoración.

Criterios sometidos a juicio de valor 40 puntos

Se puntuará el proyecto presentado conforme a lo establecido en el Pliego de prescripciones técnicas.

Se puntuará la planificación, creatividad en los diseños, número de actuaciones y medios propuestos para la divulgación de la campaña.

Lote 1. Para los hogares:

*Se realizará el eslogan e imagen de la campaña.

*Edición y reparto por todas las viviendas del municipio un folleto informativo de la campaña, incluyendo logos del ayuntamiento y Sermugran. 30.000 unidades.

*Descripción y unidades del material a suministrar como información y publicidad como material divulgativo.

*Charlas con educadores en centros sociales, tercera edad, deportivos, CEIP e IES. Ofertando un mínimo de 30 charlas de una hora. Se deberá de indicar en el proyecto los centros y colectivos a visitar.

Suministro de kits, descrito en el párrafo siguiente.

*Se planteará proyecto de campaña que incluirá dos metodologías consistentes puerta a puerta y otra de forma estática en los puntos de libración de residuos (puntos de contenerización), donde habrá un stand informativo itinerante.. El documento deberá de incluir, actividades dirigidas al público en general, colectivos y comunidad



educativa, repartos de kits incluidos en el precio, estos kits a repartir y que deberá de aportar la empresa adjudicataria, consiste en (500.000 bolsas pequeñas compostables, 1500 cubos de 10L marrones para la materia orgánica, aireados) y dípticos.

Durante el periodo de campaña se deberá de incluir cuñas de radio (2 diarias) y notas en la prensa escrita, (1 semanal) en los medios de comunicación mas usados por la población de Granadilla. Redacción, diseño y grabación en su caso.

*Actividades propuestas para la sensibilización.

*Elaboración de memorias, impacto y mejoras mensual.

*Metodología de captación de usuarios y registro de información así como el seguimiento de los mismos posterior a la implantación.

-Para las viviendas rurales y vacacionales se elaborará información y metodología en varios idiomas que permitan conocer las normas de separación de residuos en el municipio a los turistas que habiten dichos alojamientos y van a ser usuarios del sistema de recogida de residuos.

Para la valoración a la hora de fijar una guía, se ha tomado los siguientes valores: para la planificación de 15 puntos, actuaciones y medios propuestos 20 puntos y creatividad 5 puntos. Aun viendo está guía las ofertas serán valoradas de forma global y que estén sujetos a las cláusulas de los pliegos.

Se procede a valoras las ofertas del **Lote 1** de los siguientes licitadores:

SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES

Analizadas las siguientes partes de la oferta presentada.

	Presente en la oferta		Presente en la oferta		Consistente en:	Presente en la oferta
Diseño	Páginas: 32,33,35	Planificación	Páginas:5,6,7,8,12,20,21,22,23,24,27,42,47	Medios propuestos	Descripción y unidades a suministrar, centros a visitar, metodologías de captación, reparto de kits, actividades propuestas, memorias y seguimiento	Páginas:6,8,9,10,13,14,20,21,31,34,41

Distribuye la campaña en tres fases, diseño, sensibilización y acciones de refuerzo y cierre, establece el equipo, coordinadora y educadoras incluye un vehículos, aunque no establece el numero de medios personales a emplear. Define correctamente las funciones de cada perfil y sus funciones en cada proceso de la campaña, así como la coordinación interna y con Sermugran.

Establece objetivos a conseguir así como la metodología tanto de control interno de información y retroalimentación como con los ciudadanos, en el control estable informes semanales y reuniones de coordinación. Establece la coordinación con la empresa a la hora de la implantación y los grupos que se dirigen las charlas, así mismo establece un esquema de control para las visitas en los domicilios.

Resalta el protocolo de comunicación para poder establecer la comunicación con Sermugran y de forma interna, proceso clave para la toma de decisiones durante la campaña y trasladar la necesidades que se vayan presentando, así como los sistemas de coordinación. Así mismo el seguimiento y evaluación en clara relación con lo anterior que irán acompañados de informes semanales.

En relación a la metodología clara, establece un esquema así como los requerimientos del pliego.

Aún siendo el contrato de 15 meses presentan un cronograma de 8 meses y propones un ámbito espacial para el núcleo de Granadilla y sus barrios anexos, dejando por fuera al 90% de la población



como son San Isidro o El Médano, pudiendo entender que puede ser una errata, el planteamiento espacial y temporal están en consonancia pero no se corresponden a lo requerido.

La creatividad en relación a los trabajos realizados y adjuntos a la oferta son llamativos, conteniendo mensajes claros, así como la información clave y relevante a la hora de separar la materia orgánica, incluyendo material para las redes sociales.

Se concluye que siendo una oferta con una buena planificación coordinada, con metodología apropiada al objeto del contrato, el lo que concierne al objeto espacial y temporal de contrato no cumple por lo cual procedo a NO VALORAR y desestimar la oferta con puntuación 0.

VERMICAN

Analizadas las siguientes partes de la oferta presentada.

	Presente en la oferta		Presente en la oferta		Consistente en:	Presente en la oferta
Diseño	Páginas: 7,22,30	Planificación	Páginas:8,9,1,11,15,18,22,27,35,37,46	Medios propuestos	Descripción y unidades a suministrar, centros a visitar, metodologías de captación, reparto de kits, actividades propuestas, memorias y seguimiento	Páginas: 7,8,13,14,15,18,20,24,26,27,28,31,32,34,35,36,40,41,42,45,47,48,53,53

En relación a los medios propuesto presenta los medios humanos 5 técnicos y 2 vehículos, así como dípticos para el 100% de las viviendas y cartelería indicando su número.

La planificación que presenta en etapas evaluando el control del proyecto introduciendo metodologías de control específicas, así mismo, establece una coordinación interna y con Sermugran y reuniones periódicas, así como la gestión de las bases de datos.

La metodología y la captación de usuarios la establece desde el diseño, indicando los medios de comunicación y frecuencia necesarios, así mismo propone ya en el campo de la creatividad un concurso de fotografía, de la manera mas sencilla, y dentro de los cánones de sostenibilidad Zeroflyer, la metodología que presenta nace desde el diseño del inicio de la comunicación hasta la comunicación en pleno proceso, así como estar en presencia de redes sociales de interés para los más jóvenes. Todo ello dentro del plan de comunicación a la ciudadanía estableciendo horarios y requisitos establecidos en el PPT. Proponiendo 42+21 talleres en centros educativos mas 40 talleres para la ciudadanía.

La planificación se presenta gráficamente en un calendario de 15 meses, donde destaca los controles de calidad y cumplimiento de objetivos estableciendo fases para el mismo.

El proyecto cumple con los requisitos establecidos en los pliegos, indicando con claridad la planificación de la misma y los sistemas de control de la misma, estableciendo charlas en los centros educativos 63 por encima del pliego, identifica con claridad la metodología que se va a seguir y así como la captación de usuarios y control de base de datos e informes, centrándose la comunicación como vía para la sensibilización, estableciendo para ello los requisitos del Pliego así como la elaboración de 30,000 uds de octavillas y 100 carteles por encima de pliego, lo que indica los medios que propone para el concurso como la indicación de medios humanos y materiales. Incrementando por encima de pliego los medios para la divulgación.

Valorando la planificación en 13 puntos.

Valorando los medios y actuaciones en 20 puntos.

La creatividad en relación a los trabajos realizados y adjuntos a la oferta son llamativos, conteniendo mensajes claros, así como la información clave y relevante a la hora de separar la materia orgánica, incluyendo material para las redes sociales, web y cartelería.

Valorando creatividad en 5 puntos.

Total 38 puntos.



Gaia Consultores

Analizadas las siguientes partes de la oferta presentada.

	Presente en la oferta		Presente en la oferta		Consistente en:	Presente en la oferta
Diseño	Tomo anexo	Planificación	Páginas:8,10,12,14,19,26,25	Medios propuestos	Descripción y unidades a suministrar, centros a visitar, metodologías de captación, reparto de kits, actividades propuestas, memorias y seguimiento	Páginas:9,11,12,13,14,15,16,17,18,19

La planificación se plantea en tres fases, donde en la segunda fase plantea la presencia y metodología de captación, recogidos en el PPT, teniendo en cuenta los núcleos turísticos, donde establece los medios a utilizar y horarios. Incluye 32 talleres para organizaciones vecinales, para los centros educativos establece un total de 50 sesiones y presencia hasta 15 eventos así como en redes sociales, cabe destacar que la planificación estará coordinada con la empresa según se vaya implantando por barrios.

La medios y metodología, establece la metodología recogida en el pliego y no de forma concisa la consecución de objetivos así mismo, no define con claridad medios humanos y materiales a utilizar. Aún así especifica los medios de sensibilización de forma clara. Presenta evaluación de todo el proceso de implementación y el seguimiento para la elaboración de los informes.

La oferta presentada presenta una planificación clara y ajustada al objeto del contrato, los medios a utilizar no quedan claros y la metodología se ajusta a pliego, presenta una oferta de 52 talleres por encima de pliego.

Valorando la planificación en 14 puntos.

Valorando los medios y actuaciones en 11 puntos.

La creatividad en relación a los trabajos realizados y adjuntos a la oferta son llamativos, conteniendo mensajes claros, aunque la mayoría de la cartelería no tienen el destino la finalidad de la materia orgánica.

Valorando creatividad en 3 puntos.

Total 28 puntos.

Lote 2. Residuos comerciales.

Se planteará proyecto de campaña que incluirá la metodología consistentes visita a cada comercio, hotel, bar y restaurante. El documento deberá de incluir, actividades dirigidas a cada tipo de establecimiento repartos de kits incluidos en el precio consistente en (5000 bolsas grandes >120L compostables y dípticos).

*Actividades propuestas para la sensibilización.

*Elaboración de memorias, impacto y mejoras. Mensual.

*Metodología de captación de usuarios y registro de información así como el seguimiento de los mismos posterior a la implantación.

*Se implantará un sistema de seguimiento por establecimiento comunicando el incumplimiento de la recogida separada. Se desarrollara estadísticas indicando establecimientos visitados, resultado y seguimiento.

*Se realizará el eslogan e imagen de la campaña.



En la valoración a la hora de fijar una guía, se ha tomado los siguientes valores, para la planificación 15 puntos, actuaciones y medios propuestos 20 puntos y creatividad 5 puntos. Aun viendo está guía las ofertas serán valoradas de forma global y que estén sujetos a las cláusulas de los pliegos. Se procede a valorar las ofertas del **Lote 2** de los siguientes licitadores:

SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES

Analizadas las siguientes partes de la oferta presentada.

	Presente en la oferta		Presente en la oferta		Consistente en:	Presente en la oferta
Diseño	Páginas: 31,33	Planificación	Páginas:5,8,25	Medios propuestos	Descripción y unidades a suministrar, centros a visitar, metodologías de captación, reparto de kits, actividades propuestas, memorias y seguimiento	Páginas:6,7,12,13,20,29,30

Distribuye la campaña en tres fases, diseño, sensibilización y acciones de refuerzo y cierre presentado un esquema claro y bien definido.

Los medios humanos no se detallan con exactitud y los medios materiales proponen un vehículo y 500 dípticos , establece el equipo, coordinadora y educadoras. Define correctamente las funciones de cada perfil y sus funciones en cada proceso de la campaña, así como la coordinación interna y con Sermugran.

Se propone 400 actuaciones y especifica de forma clara la visitas de seguimiento.

En relación a la metodología clara, establece un esquema así como los requerimientos del pliego. Se propone la elaboración de contenido para la redes sociales unicamente y cartelería.

Aún siendo el contrato de 15 meses presentan un cronograma de 8 meses pudiendo entender que puede ser una errata, el planteamiento espacial no se corresponden a lo requerido.

Se ha valorado las actuaciones y medios propuestos.

Valorando la planificación en 0 puntos.

Valorando los medios y actuaciones en 15 puntos.

La creatividad en relación a los trabajos realizados y adjuntos a la oferta son llamativos, conteniendo mensajes claros, así como la información clave y relevante a la hora de separar la materia orgánica, incluyendo material para las redes sociales, web y cartelería.

Valorando creatividad en 5 puntos.

Total 20 puntos

VERMICAN

Analizadas las siguientes partes de la oferta presentada.

	Presente en la oferta		Presente en la oferta		Consistente en:	Presente en la oferta
Diseño	Páginas: 18,19	Planificación	Páginas:6,7,8,12,13,14,27,28,29,38	Medios propuestos	Descripción y unidades a suministrar, centros a visitar, metodologías de captación, reparto de kits, actividades propuestas, memorias y seguimiento	Páginas:5,10,12,15,18,20,21,22,23,24,30,31,33,35,37,42



Presenta una planificación en 4 fases, así como la metodología de control del mismo.

Las actuaciones se pretenden atender al 100% de los establecimientos así como la oferta de 10 sesiones informativas.

Identifica claramente la visita de seguimiento indicando su protocolo

En relación a los medios propuesto presenta los medios humanos 5 técnicos y 2 vehículos, así como dipticos para el 100% de las comercios y cartelera indicando su número.

Utilizará medios de web, redes sociales y prensa.

La planificación que presenta en etapas evaluando el control del proyecto introduciendo metodologías de control específicas, así mismo, establece una coordinación interna y con Sermugran y reuniones periódicas, así como la gestión de las bases de datos.

La metodología y la captación de usuarios la establece desde el diseño, indicando los medios de comunicación y frecuencia necesarios, así mismo propone ya en el campo de la creatividad un concurso de fotografía y pegatina para las empresas.

La planificación se presenta gráficamente en un calendario de 15 meses, donde destaca los controles de calidad y cumplimiento de objetivos estableciendo fases para el mismo.

El proyecto cumple con los requisitos establecidos en los pliegos, indicando con claridad la planificación y los sistemas de control de la misma, estableciendo charlas y visitas en grandes productores y 10 talleres por encima del pliego, identifica con claridad la metodología que se va a seguir y así como la captación de usuarios indicando que se harán dos visitas.

Valorando la planificación en 15 puntos.

Valorando los medios y actuaciones en 18 puntos.

La creatividad en relación a los trabajos realizados y adjuntos a la oferta son llamativos, conteniendo mensajes claros, así como la información clave y relevante a la hora de separar la materia orgánica, incluyendo material para las redes sociales, web y cartelera.

Valorando creatividad en 5 puntos.

Total 38 puntos.

Gaia Consultores

Analizadas las siguientes partes de la oferta presentada.

	Presente en la oferta			Presente en la oferta			Consistente en:	Presente en la oferta
Diseño	Tomo anexo		Planificación	Páginas:8,6,9,15		Medios propuestos	Descripción y unidades a suministrar, centros a visitar, metodologías de captación, reparto de kits, actividades propuestas, memorias y seguimiento	Páginas:6,7,13

La planificación se plantea en tres fases, donde en la segunda fase plantea la presencia y metodología de captación, recogidos en el PPT, teniendo en cuenta los horarios comerciales así como las actuaciones de talleres por núcleos, con un total de 15 talleres

La medios y metodología, establece la metodología recogida en el pliego y no de forma concisa.

La oferta presentada presenta una planificación clara y ajustada al objeto del contrato, pero en la planificación que presenta de talleres como actuaciones es incongruente debido a que se presenta igual de talleres en zonas con nula presencia comercial frente a otros que si la tienen de forma significativa.

Valorando la planificación en 10 puntos.

Valorando los medios y actuaciones en 10 puntos.

La creatividad en relación a los trabajos realizados y adjuntos a la oferta son llamativos, conteniendo mensajes claros, aunque la mayoría de la cartelera no tienen el destino la finalidad de la materia orgánica.



Valorando creatividad en 3 puntos.

Total 23 puntos.

Las ofertas han sido analizadas siguiendo los criterios establecidos en el pliego y en el conjunto de la misma para que presente entre planificación, metodología y medios a emplear, un todo que es necesario para evaluar la mejor propuesta para la sensibilización e información para la ya obligada implementación de la recogida separada de la materia orgánica. Para el análisis también se ha comparado las ofertas entre si, con el transfondo de la competitividad y eficacia de la contratación.

4.- Valoración criterios basados en juicios de valor: 4-2023 Campañas - Diseño, la organización, coordinación y realización de talleres de educación ambiental, información puerta a puerta, compra y reparto de kits para la implantación de la recogida separada de la fracción del Biorresiduos, tanto de los residuos domésticos de los hogares como los residuos comerciales.

Una vez remitida la información por el equipo técnico, éste ha valorado las proposiciones técnicas de acuerdo a los criterios del PCAP de la siguiente manera:

NIF: B38362166 GAIA Consultores Insulares S.L.U.:

- sometidos a juicio de valor Puntuación: 51

NIF: B61461810 SM SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.:

- sometidos a juicio de valor Puntuación: 20

NIF: B71066153 Vermican Soluciones de Compostaje SL:

- sometidos a juicio de valor Puntuación: 56

5.- Apertura criterios evaluables automáticamente: 4-2023 Campañas - Diseño, la organización, coordinación y realización de talleres de educación ambiental, información puerta a puerta, compra y reparto de kits para la implantación de la recogida separada de la fracción del Biorresiduos, tanto de los residuos domésticos de los hogares como los residuos comerciales.

Se procede a la apertura de los sobres de aquellas empresas que hayan sido admitidas:

NIF: B38362166 GAIA Consultores Insulares S.L.U.

NIF: B61461810 SM SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.

NIF: B71066153 Vermican Soluciones de Compostaje SL

La documentación aportada por los licitadores es aportada a los técnicos para su correspondiente evaluación.

Se incorporará los cálculos:

2. Cláusulas de valoración.

Criterios mediante fórmulas. Precio 60 puntos

Se asignarán los puntos a la mejor oferta (la más baja) para cada lote y al resto la puntuación que corresponda, en función de su lejanía con la mejor oferta (siempre que no supere el precio de licitación) mediante la aplicación de una formula de proporcionalidad, regla de tres.

Los licitadores deberán indicar el precio total sin IGIC de cada lote a suministrar, incluyendo como partida separada el IGIC aplicable.

En el caso de ofertas integradoras de todos los lotes, se indicará el precio total sin IGIC y IGIC como partida separada



TODAS LAS EMPRESAS PRESENTAN OFERTAS INTEGRADORAS.

Se aplica la fórmula establecida en el pliego resultado los siguiente:

NIF Licitador	Licitador	Importe €	Puntuación
B61461810	SM SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.	117400	56,79
B38362166	GAIA Consultores Insulares S.L.U.	124990	53,34
B71066153	Vermican Soluciones de Compostaje SL	111124	60,00

Obtiene la mejor puntuación Vermican.

Sin mas que informar al respecto del análisis técnico de las tres ofertas.

6.- Valoración criterios evaluables automáticamente: 4-2023 Campañas - Diseño, la organización, coordinación y realización de talleres de educación ambiental, información puerta a puerta, compra y reparto de kits para la implantación de la recogida separada de la fracción del Biorresiduos, tanto de los residuos domésticos de los hogares como los residuos comerciales.

Una vez remitida la información por el equipo técnico, éste ha valorado las proposiciones técnicas de acuerdo a los criterios del PCAP de la siguiente manera:

NIF: B38362166 GAIA Consultores Insulares S.L.U.:

- Mediante fórmulas Valor introducido por el licitador: 124990€ Puntuación: 53.34

NIF: B61461810 SM SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.:

- Mediante fórmulas Valor introducido por el licitador: 117400€ Puntuación: 56.79

NIF: B71066153 Vermican Soluciones de Compostaje SL:

- Mediante fórmulas Valor introducido por el licitador: 111124€ Puntuación: 60

7.- Propuesta adjudicación: 4-2023 Campañas - Diseño, la organización, coordinación y realización de talleres de educación ambiental, información puerta a puerta, compra y reparto de kits para la implantación de la recogida separada de la fracción del Biorresiduos, tanto de los residuos domésticos de los hogares como los residuos comerciales.

De acuerdo a la evaluación de las propuestas aportadas por los licitadores, la mesa concluye la siguiente lista ordenada de manera decreciente de puntuación de acuerdo a las puntuaciones obtenidas por los licitadores en las diferentes fases, al ser ofertas integradoras se suman las puntuaciones de los CJV obtenidas en los dos lotes, por lo tanto la puntuación puede superar el valor 100 :

Orden: 1NIF: B71066153 Vermican Soluciones de Compostaje SL Propuesto para la adjudicación

Total criterios CJV: 56

Total criterios CAF: 60

Total puntuación: 116

Orden: 2NIF: B38362166 GAIA Consultores Insulares S.L.U.

Total criterios CJV: 51

Total criterios CAF: 53.34

Total puntuación: 104.34

Orden: 3NIF: B61461810 SM SISTEMAS MEDIOAMBIENTALES, S.L.

Total criterios CJV: 20

Total criterios CAF: 56.79

Total puntuación: 76.79



Visto las puntuaciones obtenidas, se propone al Órgano de Contratación a Vermican Soluciones de Compostaje SL como adjudicador.

Yo, como Secretario, certifico con el visto bueno del Presidente:

Manuel Ortiz Correa
SECRETARIO Y VOCAL

Marcos José González Alonso.
PRESIDENTE

D^a Ruth Cristina Arteaga González
VOCAL

