

**FICHA TÉCNICA: CONTRATACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN PÚBLICA PARA PROMOVER Y MEJORAR LAS RECOGIDAS SELECTIVAS EN ORIGEN DE LOS RESIDUOS DOMÉSTICOS Y LA FRACCIÓN ORGÁNICA SELECTIVA EN LOS MUNICIPIOS DEL CONSORCIO DE RESIDUOS C3/V1 POR PROCEDIMIENTO ABIERTO.**

**1. Establecimiento de lotes.**

Dada la naturaleza del contrato no se establecen lotes, ya que se trata de una campaña de concienciación que incluye diversas actuaciones coordinadas entre sí para el alcance de un objeto común, el de promover y mejorar las recogidas selectivas en origen de los residuos domésticos y la fracción orgánica selectiva en los municipios del Consorcio de Residuos C3/V1, así como informar sobre los últimos cambios normativos de aplicación directa sobre los ciudadanos.

Para ello, y siendo una campaña de sensibilización ambiental dirigida a un público objetivo muy amplio es necesario mantener homogeneidad tanto en el diseño, imagen, metodología y contenidos.

**2. Condiciones especiales de ejecución.**

Toda la documentación presentada por el adjudicatario en formato papel se entregará en papel reciclado. El servicio se realizará con vehículos de bajo nivel de emisiones (mínimo EURO 6 según Reglamento 2017/1154).

**3. Criterios de solvencia.**

La solvencia técnica o profesional debe acreditarse con al menos una actuación de importe mayor o igual a 60.000,00 € durante los tres últimos años de características similares al objeto del contrato CPV: 79341400-0 Servicios de campañas de publicidad o con código CPV con los cuatro primeros dígitos "7934", aportando una relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos.

**4.- Medios a adscribir.**

**4.1.- Medios humanos. Personal.**

Para la ejecución de este contrato de servicio de campaña de publicidad, se prevé la participación de dos coordinadores de campaña, uno para las *jornadas de concienciación y comunicación en medios* y otro para la *elaboración de la imagen, lema, roller y materiales de campaña (vídeos y trípticos)*. De ellos dependerán un mínimo de cuatro educadores ambientales y una persona de prensa en el primer caso y dos técnicos ambientales y un informático en el segundo.

Además, este personal se identificará con sus datos personales en documento anexo al DEUC (SOBRE 1)

**4.2.- Otros medios a adscribir.**

No se definen medios adicionales.

**5. Clasificación.**

No se exige.

**6. Habilitación empresarial o profesional.**

No se exige.

**7. Criterios de adjudicación.**

## DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR.

### - SOBRE 2.

Para el criterio de adjudicación no evaluables automáticamente, los licitadores deberán presentar la siguiente documentación en el sobre 2 (sobre separado):

#### **1) Documento 1 dentro del sobre 2:**

Se presentará una *memoria*, para la evaluación de los criterios de adjudicación no automáticos, sin reflejar en el mismo coste alguno, donde se determine una propuesta de realización y ejecución del contrato. En su elaboración se deberá tener en consideración los condicionantes mínimos definidos en la documentación de la contratación (Pliego de Condiciones Técnicas, Pliego de Cláusulas Administrativas).

Este documento tendrá una extensión máxima de 40 páginas a una cara con espaciado normal.

No serán tenidas en consideración las ofertas cuya puntuación técnica total de criterios de adjudicación no evaluables automáticamente no alcance el umbral mínimo de 25 puntos al considerarse de calidad técnica inaceptable.

Si todas las ofertas se encontraran por debajo de dicho umbral mínimo, la Mesa de Contratación propondrá que se declare desierta la licitación.

### - SOBRE 3

Para el criterio de adjudicación evaluable automáticamente, los licitadores deberán presentar la siguiente documentación en el sobre 3 (sobre separado):

#### **1) Documento 1 dentro del sobre 3:**

*Oferta económica*

## **CRITERIOS NO EVALUABLES AUTOMÁTICAMENTE (49 PUNTOS)**

La valoración de cada oferta, se obtendrá sumando la puntuación obtenida en cada uno de los apartados siguientes, estando comprendida entre cero (0) y cuarenta y nueve (49) puntos.

Para cada uno de los apartados siguientes, la mejor oferta presentada se calificará con la máxima categoría posible (óptima) y obtendrá la puntuación máxima. El resto de las ofertas se clasificarán de manera proporcionada a la mejor oferta.

### **1.- JORNADAS DE CONCIENCIACIÓN A LA CIUDADANÍA SOBRE LA RECOGIDA SELECTIVA DE LOS RESIDUOS DOMÉSTICOS, EL TRATAMIENTO DE LA FRACCIÓN ORGÁNICA, LA PREVENCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO Y LOS CAMBIOS NORMATIVOS (hasta 12 puntos).**

Se evaluará la planificación de las acciones de calle, la metodología propuesta, los contenidos propuestos, el lenguaje educativo propuesto y la adecuación a la imagen y lema de la campaña que se plantea para las acciones de calle, puntuándose este apartado hasta un máximo de 12 puntos.

Las propuestas se catalogarán en las categorías siguientes, otorgándoles la puntuación que a cada categoría corresponde:

Categoría	Puntuación
Óptima	12,00
Buena	9,00
Media	6,00
Baja	3,00
Nula	0,00

### **2.- DISEÑO Y PROGRAMACIÓN DE UN VIDEO PARA LA CONCIENCIACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL DE LA RECOGIDA SELECTIVA DE LOS RESIDUOS DOMÉSTICOS, EL TRATAMIENTO DE LA FRACCIÓN ORGÁNICA SELECTIVA Y LA PREVENCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO (hasta 12 puntos).**

Se evaluará la adecuación de los contenidos al objetivo del video y temática de la campaña, el diseño de los audiovisuales que lo componen, el diseño y funcionamiento del video, el lenguaje educativo utilizado y la adecuación a la imagen y lema de la campaña, puntuándose este apartado hasta un máximo de 12 puntos.

Las propuestas se catalogarán en las categorías siguientes, otorgándoles la puntuación que a cada categoría corresponde:

Categoría	Puntuación
Óptima	12,00
Buena	9,00
Media	6,00
Baja	3,00
Nula	0,00

### 3.- DISEÑO Y DESARROLLO DE UN VIDEO PARA LA INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL SOBRE LOS CAMBIOS NORMATIVOS DE APLICACIÓN DIRECTA SOBRE LA CIUDADANÍA (hasta 8 puntos).

Se evaluará la adecuación de los contenidos a la temática del video, temática de la campaña y contenidos normativos, el diseño del video, el lenguaje educativo utilizado y la adecuación a la imagen y lema de la campaña, puntuándose este apartado hasta un máximo de 8 puntos.

Las propuestas se catalogarán en las categorías siguientes, otorgándoles la puntuación que a cada categoría corresponde:

Categoría	Puntuación
Óptima	8,00
Buena	6,00
Media	4,00
Baja	2,00
Nula	0,00

### 4.- COMUNICACIÓN EN MEDIOS (hasta 7 puntos).

Se evaluarán los contenidos, duración, número y tipo de medios de difusión propuestos, puntuándose este apartado hasta un máximo de 7 puntos.

Las propuestas se catalogarán en las categorías siguientes, otorgándoles la puntuación que a cada categoría corresponde:

Categoría	Puntuación
Óptima	7,00
Buena	5,25
Media	3,50
Baja	1,75
Nula	0,00

### 5.- DISEÑO, ELABORACIÓN E IMPRESIÓN DE TRÍPTICO PARA LA CONCIENCIACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL DE LA RECOGIDA SELECTIVA DE LOS RESIDUOS DOMÉSTICOS Y SOBRE LOS CAMBIOS NORMATIVOS DE APLICACIÓN DIRECTA SOBRE LA CIUDADANÍA (hasta 4 puntos).

Se evaluará la adecuación de los contenidos al objetivo del tríptico y temática de la campaña, el diseño del tríptico, el lenguaje educativo utilizado y la adecuación a la imagen y lema de la campaña, puntuándose este apartado hasta un máximo de 4 puntos.

Las propuestas se catalogarán en las categorías siguientes, otorgándoles la puntuación que a cada categoría corresponde:

Categoría	Puntuación
Óptima	4,00
Buena	3,00
Media	2,00
Baja	1,00
Nula	0,00

#### 6.- DISEÑO, ELABORACIÓN E IMPRESIÓN DE TRÍPTICO PARA LA CONCIENCIACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL DE LA PREVENCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO (hasta 4 puntos).

Se evaluará la adecuación de los contenidos al objetivo del tríptico y temática de la campaña, el diseño del tríptico, el lenguaje educativo utilizado y la adecuación a la imagen y lema de la campaña, puntuándose este apartado hasta un máximo de 4 puntos.

Las propuestas se catalogarán en las categorías siguientes, otorgándoles la puntuación que a cada categoría corresponde:

Categoría	Puntuación
Óptima	4,00
Buena	3,00
Media	2,00
Baja	1,00
Nula	0,00

#### 7.- IMAGEN Y LEMA DE LA CAMPAÑA. DISEÑO, ELABORACIÓN E IMPRESIÓN DE ROLLER (hasta 2 puntos).

Se evaluará la adecuación de la imagen y el lema al objetivo de la campaña y a la imagen del Consorcio, el contenido y el diseño del roller, puntuándose este apartado hasta un máximo de 2 puntos.

Las propuestas se catalogarán en las categorías siguientes, otorgándoles la puntuación que a cada categoría corresponde:

Categoría	Puntuación
Óptima	2,00
Buena	1,50
Media	1,00
Baja	0,50
Nula	0,00

#### CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN EVALUABLES AUTOMÁTICAMENTE (51 PUNTOS)

Se definen dos criterios evaluables mediante fórmulas:

##### 1) EXPERIENCIA (24 puntos)

El primer criterio evaluable automáticamente será la experiencia del personal para la realización de los trabajos de la campaña, con un máximo de 24 puntos.

El personal mínimo exigido en esta licitación incluye dos coordinadores de campaña con la experiencia prevista siguiente. Estos dos coordinadores coordinarán dos equipos de trabajo:

**EQUIPO 1: JORNADAS DE CONCIENCIACIÓN Y COMUNICACIÓN EN MEDIOS:** con educadores ambientales y personal de prensa.

**EQUIPO 2: ELABORACIÓN DE MATERIALES DE CAMPAÑA:** con técnicos ambientales e informático.

Atendiendo a la especificidad de la campaña a desarrollar se considera conveniente que el personal para la realización de los trabajos posea una capacitación y conocimientos que redunden en una mayor calidad del contrato, por lo que se propone valorar la experiencia en lo que supere a los requisitos exigidos como solvencia. De esta manera, dotar a la campaña de personal con mayor experiencia supondrá una mejora en la prestación del servicio, tanto en la elaboración de los materiales (imagen, lema, roller, trípticos y vídeos) como el desempeño de las jornadas de concienciación y difusión en medios pues permitirán desarrollar unas actuaciones diseñadas específicamente al objeto de la campaña y ámbito del Plan Zonal donde se va a desarrollar, en lugar de realizar una campaña ambiental con carácter general.

Se justificará con certificados de buena ejecución emitidos por administraciones públicas y empresas privadas para las que se hayan realizado actuaciones similares, o bien con los certificados de la empresa y declaraciones responsables que indiquen dichas actuaciones y la experiencia académica y profesional del personal adscrito.

Para la valoración de la experiencia del personal adscrito se atenderá a lo dispuesto a continuación:

**1.- AÑOS DE EXPERIENCIA DE LOS COORDINADORES (hasta 8 puntos).**

Años de experiencia de los Coordinadores de Campaña adscritos al contrato	Puntos
≥ 8 años	8,00
6 años < x < 8 años	6,00
4 años ≤ x < 6 años	4,00
2 años ≤ x < 4 años	2,00
0 años < x < 2 años	0,00

**2.- AÑOS DE EXPERIENCIA DE LOS EDUCADORES AMBIENTALES (hasta 8 puntos).**

Años de experiencia de los Educadores Ambientales adscritos al contrato	Puntos
≥ 8 años	8,00
6 años < x < 8 años	6,00
4 años ≤ x < 6 años	4,00
2 años ≤ x < 4 años	2,00
0 años < x < 2 años	0,00

**3.- AÑOS DE EXPERIENCIA DE LOS TÉCNICOS AMBIENTALES (hasta 8 puntos).**

Años de experiencia de los Técnicos Ambientales adscritos al contrato	Puntos
≥ 8 años	8,00
6 años < x < 8 años	6,00
4 años ≤ x < 6 años	4,00
2 años ≤ x < 4 años	2,00

0 años < x < 2 años	0,00
---------------------	------

## 2) PRECIO (27 puntos)

- La oferta más económica se contabilizará con un máximo de 27 puntos, según la siguiente fórmula:

Se entiende a estos efectos por precio la oferta tipo de licitación, IVA excluido que en este caso asciende a 123.000,00 €

### Puntuación económica de las ofertas (precio)

Para determinar la puntuación económica de una oferta (PE) se procederá del siguiente modo:

- \* Se considerarán los importes de todas las ofertas económicas admitidas, donde la oferta económica será el presupuesto ofertado (IVA excluido).

$$OE_j = PEO_j$$

Donde:

OE<sub>j</sub> = Oferta económica propuesta por el licitador. Para una anualidad.

PEO<sub>j</sub> = Presupuesto ofertado (IVA excluido). Para una anualidad.

- \* Se considerará como referencia la oferta tipo de licitación (OEPBL), que será la que coincida con el presupuesto base de licitación (PBL).

$$OEPBL = PBL$$

- \* Se ordenarán todas las ofertas económicas admitidas (incluida la oferta tipo de licitación), de mayor a menor, y se excluirán todas aquellas ofertas económicas propuestas por los licitadores que superen la oferta tipo de licitación.

- \* Se calculará la baja de cada oferta económica (BO<sub>j</sub>) de la siguiente manera:

$$BO_j = 100 \cdot \left( 1 - \frac{OE_j}{OE_{PBL}} \right)$$

Donde:

BO<sub>j</sub> = Baja de la oferta económica del licitador.

OE<sub>j</sub> = Oferta económica del licitador o presupuesto ofertado (IVA excluido)  
(PEO<sub>j</sub>)

OEPBL = Oferta tipo de licitación.

- \* Se determinarán las ofertas con valores anormales o desproporcionados de acuerdo con lo establecido en el Presente Pliego, a las cuales será de aplicación el procedimiento establecido en el artículo 149.2 de la ley 9/2017 LCSP. Aquellas que, habiendo incurrido en valores anormales o desproporcionados, el Órgano de Contratación no haya considerado suficientemente justificadas, quedarán excluidas de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 149.4 de la ley 9/2017 LCSP.

- \* Se identificará la oferta económica mínima (OE<sub>min</sub>) de entre todas las ofertas económicas que no hayan sido excluidas tras aplicar lo dispuesto en el punto anterior.

- \* Se calculará la baja de la oferta económica mínima de entre todas las ofertas que no hayan sido excluidas (B<sub>máx</sub>).

$$B_{máx} = 100 (1 - OE_{min}/OEPBL)$$

Dónde:

B<sub>máx</sub> = Baja de la oferta más económica u oferta económica mínima.

OE<sub>min</sub> = Oferta económica mínima de entre las propuestas por los licitadores no excluidos.

OEPBL = Oferta tipo de licitación.

\* Se procederá a la asignación de puntos del siguiente modo:

- Se asignarán 27 puntos a la oferta económica mínima (Oemin) que no haya sido rechazada.
- Se asignarán 0 puntos a la oferta tipo de licitación (OEPBL).
- Se calculará la puntuación económica (PEJ) de cada oferta (BOJ) por interpolación lineal entre cero (0) puntos para una oferta igual a la oferta tipo (OEPBL) y treinta y un (27) puntos para la oferta más económica (OEmín), de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$PE_j = \frac{BO_j}{B_{máx}} \cdot 27$$

Donde:

PE<sub>j</sub> = Puntuación económica de la oferta, que será redondeada al segundo decimal.

BO<sub>j</sub> = Baja de la oferta.

B<sub>máx</sub> = Baja de la oferta más económica.

#### Ofertas económicas con valores anormales o desproporcionados

Se establecerá una baja de referencia (BR), y sobre ella aplicaremos el umbral de temeridad (UT), que se fija para esta licitación en 10 (DIEZ) unidades porcentuales.

En primer lugar, se diferenciará si el número de ofertas económicas admitidas es menor, o mayor o igual que cinco (5). Si es menor que cinco la baja de referencia será la baja media. Si es mayor o igual que cinco se establecerá la baja de referencia a través de una fórmula matemática que consiste básicamente en calcular la baja media y después de eliminar todas aquellas ofertas en las que la diferencia entre su baja y la baja media sea superior a la desviación típica en valores absolutos, y se recalculará una nueva media con las ofertas restantes, que será la baja de referencia. Es decir, no se tienen en cuenta para calcular la baja de referencia todas aquellas ofertas que estén dispersas por arriba o por abajo de la desviación típica de la distribución.

Se establece el umbral de temeridad (UT) en un porcentaje sobre la baja de referencia, para la determinación de las ofertas con valores anormales o desproporcionados. Para esta licitación se establece el umbral de temeridad (UT) en 10 (DIEZ) unidades porcentuales.

Se considerarán presuntamente anormales o desproporcionadas las ofertas en las que la baja del presupuesto ofertado (IVA excluido) supere la baja media o la baja de referencia en más del umbral de temeridad (UT), de la siguiente manera:

a) Para un número de ofertas económicas admitidas menor que cinco (5):

Si  $BO_j \geq BM + UT$  es presuntamente anormal o desproporcionada.

Siendo:

BO<sub>j</sub> = Baja de la oferta.

OE<sub>j</sub> = PE<sub>j</sub> = Oferta económica o presupuesto ofertado (IVA excluido).

UT = Umbral de temeridad establecido en 10 (DIEZ) unidades porcentuales.

BM = Baja media de los presupuestos ofertados, calculada de la siguiente manera, donde n es el número total de ofertas económicas admitidas de acuerdo con los requisitos de admisión del presente Pliego.

$$BM = \frac{1}{n} \cdot \sum_{j=1}^{j=n} BO_j$$

b) Para un número n de ofertas económicas admitidas mayor o igual que cinco (5):

Si  $BO_j \geq BR + UT$  ----->  $OE_j$  es presuntamente anormal o desproporcionada.

Siendo:

$BO_j$  = Baja de la oferta.

$OE_j$  =  $PEO_j$  = Oferta económica o presupuesto ofertado (IVA excluido).

$UT$  = Umbral de temeridad establecido en 10 (DIEZ) unidades porcentuales.

$BR$  = Baja de referencia de los presupuestos ofertados, calculada de la siguiente manera:

Se obtendrá  $\sigma$  (desviación típica) para el número  $n$  de ofertas admitidas de acuerdo con los requisitos de admisión del presente Pliego:

$$\sigma = \left[ \frac{\sum_{j=1}^{j=n} BO_j^2 - n \cdot BM^2}{n} \right]^{1/2}$$

Siendo:

$BO_j$  = Bajas de las ofertas económicas de los licitadores admitidos.

$BM$  = Baja media de los presupuestos de ejecución ofertados:

$$BM = \frac{1}{n} \cdot \sum_{j=1}^{j=n} BO_j$$

$n$  = Número total de ofertas económicas admitidas.

- De entre las mencionadas  $n$  ofertas, se seleccionarán aquellas  $n'$  ofertas cuyas bajas cumplan la condición:

$$|BO_j - BM| \leq \sigma$$

$\sigma$  = Desviación típica

- Se calculará el valor de la baja de referencia ( $BR$ ) teniendo en cuenta exclusivamente las  $n'$  ofertas seleccionadas:

$$BR = \frac{1}{n'} \cdot \sum_{h=1}^{h=n'} BO_h$$

Siendo:

$BO_h$  = Bajas de las ofertas económicas de los licitadores admitidos y seleccionados por cumplir la condición  $|BO_j - BM| \leq \sigma$

$n'$  = Número total de ofertas económicas admitidas y seleccionadas por cumplir la condición  $|BO_j - BM| \leq \sigma$

Si conforme a los criterios anteriores, alguna oferta presentara valores anormales o desproporcionados, se estará a lo dispuesto en el artículo 149.4 de la Ley 9/2017 de la Ley de Contratos del Sector Público, en cuanto a las justificaciones exigibles y a la adjudicación del contrato. Para la valoración y análisis de dichas justificaciones se considerará la oferta en su conjunto, de acuerdo con el artículo 149.2 de la citada Ley.

## 8. Garantía definitiva.

Garantía definitiva prevista en procedimiento abierto.

**9. Presupuesto base de licitación. Indicar el porcentaje de IVA y su cuantía.**

Descripción	Precio (€)	IVA (21%)	Precio final (€)
Campaña de concienciación pública para promover y mejorar las recogidas selectivas en origen de los residuos domésticos y promover y mejorar la fracción orgánica selectiva en los municipios del Consorcio de Residuos C3/V1	123.000,00	25.830,00	148.830,00

El importe anual del servicio, considerado para la licitación, se estima en 123.000,00 €, cantidad a la que hay que añadir el 21 % del Impuesto del Valor Añadido (25.830,00 €), lo que supone un total de 148.830,00 €.

A efectos de estimar una cuantía para la anualidad 2019 se estima que se ejecutará de forma completa dentro de esta anualidad por lo que se establece el coste del contrato un total de 148.830,00 € (IVA incluido).

En la determinación de precio estimado del contrato se han considerado un porcentaje de gastos generales y un beneficio industrial acumulados del 9,00 %, calculados sobre los costes de personal y otros costes directos antes de IVA.

Se ha estimado un coste de personal del 65,83 % los costes antes de costes indirectos e IVA

Resumen de costes:

*COSTES DE PERSONAL* 73.683,00 €

Se estima la siguiente distribución de horas y coste/hora por categoría:

Categoría	Días/contrato	horas/día	coste/hora (€/h)	Total
Coordinador 1	53	8	27,00	11.448,00
Coordinador 1	53	8	27,00	11.448,00
Educador ambiental 1	45	5	13,50	3.037,50
Educador ambiental 2	45	5	13,50	3.037,50
Educador ambiental 3	45	5	13,50	3.037,50
Educador ambiental 4	45	5	13,50	3.037,50
Técnico ambiental 1	53	8	24,30	10.303,20
Técnico ambiental 2	53	8	24,30	10.303,20
Prensa	53	6	24,30	7.727,40
Informático	53	8	24,30	10.303,20
				<b>73.683,00</b>

Los convenios colectivos de aplicación son los siguientes:

- Convenio colectivo del sector ocio, educativo y animación sociocultural (Estatal).
- Convenio Publicidad estatal (Estatal).

- Convenio de oficinas y despachos (Comunidad Valenciana).

Otros COSTES DIRECTOS 39.161,04 €

	UNIDADES	COSTE UNITARIO	COSTE
Papel edición trípticos	160.000 unidades	0,092 €/un	14.720,00
Papel edición +estructura roller	20 unidades	110 €/un	2.200,00
Material (papel...) desarrollo materiales y jornadas	61 unidades (56 jornadas +2 videos +2 trípticos +1 roller)	66,25 €/unidad	4.040,96
Cartelería jornadas	2 carteles/jornada	100 €/unidad	11.200,00
Información, datos webs..., comunicación campaña	5 medios	1000 €/unidad	5.000,00
Material (papel...) para coordinar medios.	63 unidades (5 medios +58 redes)	31,75 €/unidad	2.000,08
	<b>TOTAL</b>		<b>39.161,04</b>

COSTES INDIRECTOS 10.155,96 €

IVA (21%) 25.830,00 €

#### VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

- Precio sin IVA: 123.000,00 €

- Tipo IVA: 21,00%

- Precio con IVA: 148.830,00 €

#### 10. Forma de pago.

El pago se efectuará a la finalización de todas las acciones que conforman la Campaña, previa validación del Responsable del Contratos y la Gerente del Consorcio de Residuos C3/V1.

#### 11. Código CPV:

CPV: 79341400-0. Servicios de campañas de publicidad.

**12. Plazo de ejecución.**

Antes del 28 de noviembre de 2019.

**13. Subcontratación.**

No se establece limitación.

**14. Se limita la cesión.**

No procede.

**15. Obligación de subrogación de trabajadores.**

No procede.

**16. Modificaciones previstas.**

No procede.

**17. Penalizaciones:**

Por el incumplimiento del plazo de entrega, a razón de 0,20 euros diarios por cada 1000 del precio del contrato, de conformidad con el art.212 del TRLCSP.

El incumplimiento de las condiciones medioambientales derivará en a la resolución del contrato.

**18. Responsable del contrato:**

Responsable de Contratos del Consorcio de residuos C3/V1

**19. Subvención: Convenio por acuerdo del Consell de 24 de mayo de 2019.**

Castellón de la Plana, 07 de agosto de 2019.

La Gerente del Consorcio de Residuos C3/V1



Silvia Lopez Romero



Responsable de Contratos del Consorcio de Residuos C3/V1



José Francisco Fabra Castillo

