

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE REGIR EL CONTRACTE DE SERVEIS PER A REALITZAR LA PLANIFICACIÓ, LA DINAMITZACIÓ I LA GESTIÓ DE CONTINGUTS A LES XARXES SOCIALS, SOCIAL MEDIA MANAGER I COMMUNITY MANAGER, DELS PERFILS DE L'EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORT DE PALMA (EMT- PALMA) I MOBIPALMA.

1. OBJECTE DEL CONCURS

El present plec té per objecte la regulació de les condicions tècniques que han de regir la contractació dels serveis especialitzats per gestionar els perfils en xarxes socials, Social Media Manager i Community Manager, d'EMT en particular i l'àrea de Mobilitat, MobiPalma, en general, entenent els perfils de MobiPalma com a part essencial del model de comunicació que s'expressa en el Pla de Mobilitat Urbana Sostenible (PMUS), que en la seva mesura número 70 especifica "la necessitat d'impulsar hàbits de mobilitat més sostenibles i segurs a través de la participació, la conscienciació i la informació", fent difusió de la necessària transformació del model de mobilitat actual amb "campanyes específiques per explicar a la ciutadania els reptes i la justificació de les actuacions proposades" al PMUS.

En la voluntat d'una òptima consecució d'aquests objectius es considera important que la línia i personalitat dels missatges que es llancin des dels diferents perfils sigui la mateixa, resultant per això d'especial significació que el control dels mateixos recaigui en un mateix gestor, fent del perfil genèric MobiPalma el paraigua del que emanen les accions de promoció de la Mobilitat sostenible a la ciutat de Palma.

L'impuls d'una mobilitat sostenible té com a prioritat la qualitat de vida urbana i el benestar col·lectiu, creant un espai públic confortable que afavoreixi la convivència ciutadana. Aquesta filosofia ha d'impregnar de forma proactiva el sentit de la presència en xarxes socials dels perfils d'EMT i MobiPalma. Una clara aposta per incentivar modes de transport diferents al cotxe particular per anar per la ciutat. El vianant, la bicicleta o el bus han de ser protagonistes d'una campanya permanent per una mobilitat sostenible, no només per la millora evident de la qualitat de l'aire, que també, sinó perquè a més significa fer de les nostres ciutats llocs més amables i humans.

2. OBJECTIUS

2.1. Funcions Social Media Manager

- Dissenyar l'estratègia que l'EMT i Mobipalma seguirà en els mitjans socials, seguint les últimes tendències, familiaritzant-se amb les principals eines de monitorització i les seves actualitzacions, per presentar periòdicament cada mes les seves conclusions a l'Empresa.
- Presentació d'un Pla de comunicació Social Media.

- Controlar l'evolució de la imatge de l'empresa i les seves principals amenaces o virtuts a la xarxa, analitzant i interpretant les dades per extreure conclusions i decidir el que està funcionant, què no ho està fent i proposar solucions, com per exemple, preparar el pla a seguir en cas de presentar-se una crisi de reputació en línia.

2.2. Funcions Community Manager

- Crear i/o gestionar en nom de l'EMT i Mobipalma tots els perfils socials de l'empresa: Facebook, Twitter, Youtube, i Instagram. (Facebook EMT: @EMTPalma – Twitter EMT: @EMT_Palma - Twitter MobiPalma: @MobiPalma - Facebook MobiPalma (pendent creació) – Instagram (pendent de creació) i el canal Youtube de MobiPalma.
- Definir i presentar a l'Empresa una proposta de "personalitat" online del Community Manager, en un llenguatge clar que cerqui proximitat i empatia, fugint sempre de la imatge artificial i impostada de respostes típiques o automàtiques.
- Per assegurar un coneixement que es mantingui en el temps i una coherència de la personalitat online del community manager, l'adjudicatari proposarà a l'EMT de Palma el professional que desenvoluparà aquesta funció, presentant en la licitació currículum i experiència.
- El contingut tindrà com a objectiu connectar amb el públic objectiu principal, l'usuari del transport públic, amb una eina principal: els diàlegs, no els monòlegs, responent de forma personalitzada a preguntes i comentaris en línia de manera lo més immediata possible.
- Presentar un calendari mensual planificat de les principals publicacions.
- Promocionar comercialment un mínim d'un post mensual dirigit correlativament a públic objectiu dels diferents perfils.
- A més de la gestió pròpia del Community Manager de respondre a les peticions d'informació, aclariments, queixes, reclamacions i tota mena de qüestions que plantegen diàriament els ciutadans, així com compartir o retwitejar publicacions de tercers, també publicarà per iniciativa pròpia un mínim de dos posts diaris d'actualitzacions d'estat, posts/tweets de promoció de la mobilitat sostenible, en què la qualitat i originalitat sigui sempre la principal senya d'identitat del contingut.
- Dels post diaris, mínim un d'ells ha d'incloure meme i/o gift animat, sempre de creació original, per tant serà imprescindible que entre el personal proposat es compti amb suficient experiència acreditada per dissenyar il·lustracions i maquetació d'aquest tipus de formats gràfics de comunicació.
- Creació, edició i publicació d'un mínim d'un clip de vídeo mensual, per tant serà imprescindible que entre el personal proposat es compti amb suficient experiència acreditada per realitzar aquest tipus de formats audiovisuals de comunicació.
- Assegurar l'uniformitat de marca, respectant l'aplicació correcta de la imatge corporativa.
- Escolta activa del "soroll" social, per seguir les tendències i nous formats de comunicació en xarxes.

- Presentar un informe de seguiment mensual i donar alarmes quan hi hagi un tema d'importància o rellevància social per a l'àrea.
- Seguiment i actualització sobre eines d'automatització disponibles, estant al corrent de l'actualitat generada per la tecnologia, el màrqueting i novetats sobre mobilitat, especialment aquelles relacionades amb el transport públic.
- Millorar el SEO (posicionament en cercadors) de l'empresa.
- Fer créixer la comunitat un mínim de 50 seguidors mensuals a Facebook i Twitter, prestant especial atenció als perfils "influencers", i interactuant tots els dies tant en plataformes online (xarxes socials, blogs i fòrums) com en plataformes offline (esdeveniments, conferències i trobades).
- Treballar amb banc d'imatges, així com imatges que es generin directament des de l'EMT (memes creats, banc imatges, fundació 365, etc.).
- Realitzar reunions periòdiques amb els equips tècnics i directius de tota l'àrea de mobilitat (Departament Mobilitat, SMAP i EMT) per tal de marcar la línia de les accions a comunicar, així com campanyes específiques.
- Coordinació i contacte directe amb els tècnics designats del Departament Mobilitat + EMT + SMAP + Comunicació de l'Ajuntament per tal de resoldre dubtes i preguntes que formuli la ciutadania.
- El català és la llengua de comunicació habitual de l'EMT, i serà la llengua en què es realitzin habitualment els treballs objecte d'aquest contracte, donant compliment al que disposa la Llei 1/2016, de 3 de febrer, de modificació de la Llei 3/1986, de 29 d'abril, de normalització lingüística a les Illes Balears. Puntualment, i per raons concretes pròpies del servei es podrà demanar la redacció de les comunicacions en algun altre idioma.

3. DURADA DEL CONTRACTE

El contracte tindrà una durada de dos anys, prorrogable a un més.

4. DIRECCIÓ, SUPERVISIÓ, SEGUIMENT I CONTROL DE LES TASQUES OBJECTE DEL CONTRACTE

L'empresa adjudicatària treballarà sota la supervisió i aprovació de l'EMT, que facilitarà la informació necessària a l'empresa adjudicatària per tal que pugui dur a terme les accions acordades. La comunicació serà via correu electrònic, telèfon i personal amb reunions fixades sempre que es consideri necessari per ambdues parts (empresa contractada i EMT). L'empresa adjudicatària elaborarà un breu informe amb les conclusions d'aquestes reunions que haurà d'aprovar l'EMT. El seguiment i la validació de tot el projecte es realitzarà per una comissió formada per representants de l'empresa adjudicatària, l'EMT i l'àrea de Mobilitat de l'Ajuntament de Palma .

5. DRETS DE PROPIETAT (PROPIETAT INDUSTRIAL I INTEL·LECTUAL)

Els drets de propietat de tots els continguts, així com, totes les accions realitzades per l'entitat adjudicatària en nom de l'EMT o Mobipalma seran propietat de l'EMT.

6. INFORMACIÓ I CONSULTES

Les sol·licituds d'aclariments relatives a determinats aspectes d'aquest concurs podran dirigir-se, fins al dia de la finalització del termini per a la presentació de propostes, per correu electrònic a palcover@emt.palma.es Assumpte: Aclariments plec de prescripcions tècniques xarxes socials.

Així mateix, si l'EMT detectés qualsevol error, imprecisió, omissió, defecte administratiu o de qualsevol altre tipus en el text de la convocatòria, abans o després de finalitzar el termini de presentació de propostes, informará als interessats a través del web del perfil del contractant de l'EMT.

7. EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

L'adjudicatari indicarà els noms de les persones adscrites a l'empresa que preveu designar i que compleixen els requisits exigibles en el moment de la seva acceptació per l'EMT. Així doncs, haurà d'assignar per a l'execució de les activitats o tasques del fet que es refereixen aquest plec els facultatius els noms dels quals figuren en la seva oferta, amb la dedicació que es defineixi. Així mateix, no podrà substituir el personal facultatiu establert en la seva oferta sense autorització expressa de l'EMT, i sempre que el substituït compleixi els mateixos requisits que la substituïda.

L'EMT es reserva el dret de no acceptar l'equip proposat per l'entitat adjudicatària si no es considera adequat, així com, sol·licitar el canvi dels executius que duguin a terme el contracte si no s'està satisfet amb el seu acompliment.

8. PRESSUPOST I FORMA DE PAGAMENT

El pressupost del contracte és de 58.000 € (29.000 €/any), impostos exclosos. Aquests honoraris inclouen totes les despeses fixes ordinàries necessàries per a l'execució del contracte, com ara despeses telefòniques, de correu i missatgeria, traduccions, etc.

El responsable de l'àrea de comunicació de l'EMT i el tècnic assignat a l'execució d'aquest contracte hauran de donar conformitat a les factures presentades o, si escau, sol·licitar les modificacions que considerin pertinents, dins dels quinze dies següents a la seva presentació en el registre corresponent.

L'EMT abonarà l'import dels honoraris corresponents dins dels trenta dies següents a la data d'aprovació dels serveis, d'acord amb el que estableix l'article 216 del RDL 3/2011. Els pagaments dels honoraris s'efectuaran mitjançant transferència bancària al compte corrent designat per l'adjudicatari.

9. DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR

9.1. Solvència tècnica

Es demana que els licitadors acreditin experiència en la realització de treballs relacionats amb l'objecte del contracte. Aquesta circumstància s'haurà d'acreditar mitjançant una relació dels treballs realitzats en el curs dels últims cinc anys corresponents al mateix tipus o naturalesa de l'objecte del present contracte.

Per garantir la prestació dels serveis esmentats anteriorment, i sense perjudici que es necessiti la intervenció d'altres perfils professionals de forma puntual, l'estructura mínima professional de l'empresa haurà d'incloure els següents serveis:

- Lideratge del projecte: expert en comunicació estratègica i xarxes socials amb contrastada experiència multimèdia i en la generació de continguts, gestió de xarxes socials, amb capacitat de lideratge i gestió d'equips. Haurà de tenir almenys 3 anys d'experiència en gestió de projectes de màrqueting digital en xarxes socials.
- Perfil de disseny gràfic i multimèdia: un dissenyador gràfic de contrastada experiència amb capacitats de visió, conceptualització, disseny, producció i avaluació de solucions creatives (memes, gifts, vídeo...). Haurà de tenir almenys 3 anys d'experiència amb les capacitats exposades anteriorment.
- Servei de community manager: persona amb ampli coneixement i maneig de xarxes socials, capacitat de generar contingut, habilitats per implementar una estratègia de recerca de prescriptors, posicionament i promoció, competències en la gestió de crisi de comunicació, coneixements en escolta activa, etcètera. Haurà de tenir almenys 2 anys d'experiència les capacitats exposades anteriorment.

A efectes d'acreditar la solvència tècnica anteriorment esmentada els licitadors hauran de presentar els currículums vitae i títols acreditatius de les persones que formaran l'equip destinat al servei, que s'hauran d'incloure en el sobre corresponent a la documentació administrativa. Al marge d'aquests perfils, l'empresa adjudicatària haurà de tenir la capacitat de posar al servei de necessitats específiques del projecte altres perfils i recursos humans i tècnics de manera puntual.

9.2. Oferta econòmica (objectiva)

- Presentació de la proposta econòmica

9.3. Cobertura (objectiva)

- Proposta d'horari (dedicació en hores al dia) del perfil del Community Manager: S'entén per dedicació l'acció i efecte de donar una cobertura activa i de gestió de la resposta immediata.
- Proposta de temps i capacitat de resposta: s'entén per capacitat de resposta enfront d'una petició d'informació, aclariments, queixes, reclamacions, etcètera. Una resposta de qualitat acceptable dins d'un marge de temps acceptable.

9.4. De caràcter Social (objectiva)

- Proposta d'incorporació de persones a l'empresa licitant per desenvolupar la gestió directa de les feines incloses en aquests plecs, de dificultat d'accés al mercat laboral i/o amb discapacitat.

9.5. Millores (objectiva)

- Proposta de millora en el número mensual de publicacions amb format gràfic ("meme" / gift animat).
- Millora en el número mensual de publicacions de clips de vídeo.

9.6. Social Media Pla (subjectiva)

El licitador haurà de lliurar el plantejament general d'un pla estratègic que inclourà les tasques establertes en el punt 2 del present plec de prescripcions tècniques, especificant:

- Públic objectiu per plataforma.
- Planificació específica per a cada canal social.
- Proposta de captació d'usuaris i llançament de nous perfils, si escau.
- Elecció d'eines a utilitzar per a la gestió i el mesurament.
- Protocol d'actuació per a casos de crisi de reputació.
- Eines emprades per a l'escolta activa.
- Manual d'estil, especificant proposta de personalitat dels perfils.

9.7. Community Manager (subjectiva)

- El licitador haurà de presentar un exemple de calendari d'una setmana del mes de juliol amb el contingut exacte (textual i multimèdia) proposat, on s'establiran per exemple el número de posts diaris que es publicaran, diferenciant-lo tot per a cadascuna de les xarxes socials on es vagi a publicar.
- Proposta de continguts promocionats (publicitat). S'inclourà una breu descripció amb exemples gràfics d'aplicació, així com un calendari de publicitat previst amb els canals corresponents.
- Proposta de "personalitat" online del Community Manager, descripció i exemples pràctics d'aplicació.

9.8. Altres millores (subjectiva)

- Proposta d'altre tipus de millores no contemplades dins els plecs que tinguin com a objectiu captar el major nombre d'usuaris per als nostres perfils. Aquestes accions podran estar compreses dins el marc de màrqueting tant online com altres en formats i mitjans distints.

10. CRITERIS DE VALORACIÓ

Les ofertes es valoraran sobre un màxim de 100 punts, els quals es distribuiran d'acord amb els següents criteris:

CRITERIS	PUNTUACIÓ
C1. Criteris de l'oferta econòmica	50 punts
C2. Criteris objectius de l'oferta tècnica	26 punts
C3. Criteris subjectius de l'oferta tècnica	24 punts
Puntuació total dels criteris de valoració	100 punts
C1. CRITERIS DE L'OFERTA ECONÒMICA	
1. <u>Preu</u>	50 punts
C2. CRITERIS OBJECTIUS DE L'OFERTA TÈCNICA	
2. <u>Cobertura</u>	16 punts
a) Dedicació del Community Manager. b) Capacitat de resposta.	
3. <u>Criteris de caràcter social</u>	4 punts
a) Incorporació de persona amb discapacitat. b) Incorporació de persona amb dificultat d'accés al mercat laboral.	
4. <u>Millores</u>	6 punts
a) Millora en el número de publicacions amb format gràfic ("meme" / gift animat). b) Millora en el número de publicacions de clips de vídeo.	
C3. CRITERIS SUBJECTIUS DE L'OFERTA TÈCNICA	
5. <u>Proposta tècnica del projecte</u>	20 punts
a) Plantejament general pla estratègic Social Media b) Exemple de calendari d'una setmana del mes de juliol c) Proposta de "personalitat" online del Community Manager. d) Proposta de continguts promocionats.	
6. <u>Altres millores</u>	4 punts

C1. CRITERIS DE L'OFERTA ECONÒMICA

1. Preu

L'oferta més econòmica obtindrà la màxima puntuació, i per a la resta disminuirà la puntuació proporcionalment a l'augment de les respectives ofertes.

Fórmula de valoració de l'oferta econòmica (Oferta més econòmica * 50 punts) / Oferta que es puntua = Puntuació

C2. CRITERIS OBJECTIUS OFERTA TÈCNICA

2. Equip de treball

- a) Dedicació del perfil del Community Manager: S'entén per dedicació l'acció i efecte de dedicar-se intensament a una feina. S'atorgarà 8 punts quan la dedicació de recursos humans als serveis que es contracten sigui d'un 100% de la jornada laboral (8 hores al dia). En el cas que s'ofereixi una dedicació inferior a 8 hores al dia, la puntuació a obtenir en aquest apartat es calcularà en base a una regla de tres simple, sent aplicable la fórmula següent: (Núm. Hores ofertades / dia * 8 punts) / N^o hores jornada laboral (8h) = Puntuació
- b) Capacitat de resposta: s'entén per capacitat de resposta enfront d'una demanda, una resposta de qualitat acceptable dins d'un marge de temps acceptable i per poder complir amb els terminis.

Valoració capacitat de resposta	Puntuació màxima
La resposta de resolució de necessitats dins de les primeres 6 hores següents a la petició o superior.	0
La resposta de resolució de necessitats dins de les primeres 3 hores següents a la petició.	4
La resposta de resolució de necessitats dins de la primera 1 hora següent a la petició.	8

3. Criteris de caràcter social

Creació d'ocupació per a persones amb discapacitat i/o dificultats d'accés al mercat laboral, de conformitat amb el Reial decret legislatiu 3/2015, de 23 d'octubre.

- a) Incorporació de persona amb discapacitat. El licitador que adquireixi el compromís d'incorporar una, o diverses persones, amb discapacitat per dur a terme els treballs objecte d'aquest contracte, obtindrà una puntuació màxima de 2 punts.
- b) Incorporació de persona amb dificultat d'accés al mercat laboral. El licitador que adquireixi el compromís d'incorporar una, o diverses persones, amb dificultat d'accés al mercat laboral per dur a terme els

treballs objecte d'aquest contracte, obtindrà una puntuació màxima de 2 punts.

Per procedir a la valoració dels criteris socials inclosos en aquests plecs, l'empresa licitadora haurà d'indicar el seu compliment i acreditar la veracitat de les dades aportades mitjançant la següent documentació: Declaració responsable del licitador amb el compromís de contractar els serveis de la persona/es indicades en la seva oferta. En el cas que el licitador no lliuri la documentació justificativa per a l'acreditació, o aquesta, no sigui prou concloent per a la seva valoració, no es puntuarà el criteri.

4. Millors

- c) Millora en el número de publicacions amb format gràfic ("meme" / gift animat). La proposta més avantatjosa presentada en número de insercions extra mensuals, rebrà 3 punts, i per a la resta es disminuirà la puntuació proporcionalment. (Proposta que es puntua / Proposta més avantatjosa * 3 punts = Puntuació).
- d) Millora en el número de publicacions de clips de vídeo. La proposta més avantatjosa presentada en número de insercions extra mensuals, rebrà 3 punts, i per a la resta es disminuirà la puntuació proporcionalment. (Proposta que es puntua / Proposta més avantatjosa * 3 punts = Puntuació).

C3. CRITERIS SUBJECTIUS DE L'OFERTA TÈCNICA

5. Proposta tècnica del projecte

- a. Pla social Media. Es valorarà la capacitat de presentar una estratègia, planificació de mitjans i manual d'estil que sigui coincident amb l'objecte i objectius especificats en aquets plecs, així com de l'elecció de les eines i protocols més actuals i adients.
- b. Proposta de calendari dels continguts (exemple una setmana mes de juliol). Es valorarà la presentació d'un exemple de calendari d'una setmana del mes de juliol amb el contingut exacte, textual i multimèdia (meme, gif o vídeo), proposat i diferenciat per cadascuna de les xarxes socials on es vagi a publicar.
- c. Es valorarà una proposta de continguts promocionats (publicitat), que inclogui objectius coincidents amb l'objecte del concurs, la varietat de formats de comunicació digital utilitzats i la implicació de distintes xarxes socials.

- a. Proposta de "personalitat" online del Community Manager. Es valorarà una descripció de la personalitat on-line, així com exemples pràctics d'aplicació.

6. Altres millores

Es valoraran altre tipus de millores no contemplades dins els plecs que tinguin com a objectiu captar el major nombre d'usuaris per als nostres perfils. Aquestes accions podran estar compreses dins el marc de màrqueting tant online com altres en formats i mitjans distints. També es valorarà la creativitat.

11. TERMINI DE PRESENTACIÓ DE PROPOSICIONS

El termini de presentació de proposicions per a optar a la present contractació és de TRENTA DIES naturals comptats a partir del dia de la publicació de l'anunci en el perfil del contractant de la web de l'EMT, a les 14:00 hores. En cas de resultar dissabte o festiu el dia de finalització del termini, quedarà automàticament prorrogat al dia hàbil següent.

Les proposicions es presentaran en un sobre tancat en el Departament Jurídic de l'EMT (C/Anselm Clavé 5 de Palma), en mà o per correu, en aquest cas s'haurà de remetre per correu la justificació de que l'entrega en el servei de correus s'ha fet abans de la finalització del termini de presentació de propostes, adjuntant el certificat amb la data i hora d'entrega a Correus i enviant-ho per correu electrònic a la direcció emt@palma.es

12. CAUSES D'EXTINCIÓ DEL CONTRACTE

Tant l'EMT de Palma com l'adjudicatari podran resoldre el contracte per alguna de les següents causes:

- a) L'incompliment de les obligacions que els correspongués a cada part establertes en el present Contracte.
- b) Si l'adjudicatària és declarada en fallida a instància de creditor legítim, o si s'ha presentat sol·licitud de fallida voluntària o suspensió de pagaments, o si s'han instat en contra judicis executius o decretat embargaments preventius o altres mesures cautelars que posin de manifest la disminució de la solvència econòmica o dificultats financeres per atendre al normal compliment de les seves obligacions.
- c) Per la comissió d'una falta molt greu, o tres faltes greus, o cinc faltes lleus.
- d) L'adjudicatari en cap cas podrà reclamar a l'EMT de Palma la devolució de les quantitats que hagués lliurat per a la provisió dels serveis contractats.

13.FALTES I PENALITZACIONS

Les infraccions contractuals es qualificaran lleus, greus o molt greus, segons les circumstàncies concurrents i, específicament, atenent al menor o major perjudici que amb elles es causi al funcionament del servei o al públic en general.

Es consideraran infraccions molt greus les següents:

- a) Publicar informació que deteriori o perjudiqui la imatge de l'EMT, els seus treballadors o l'Ajuntament de Palma.
- b) L'incompliment reiterat de les condicions de prestació dels serveis establerts en el present plec, en l'oferta del adjudicatari i la resta de normativa aplicable, que produeixin conseqüències perjudicials greus en la prestació del servei.
- c) Cedir, subarrendar o traspasar la totalitat o part dels serveis objecte del contracte, sota qualsevol modalitat o títol, sense prèvia autorització expressa de l'EMT de Palma.
- d) Les interrupcions o suspensions en la prestació del servei, llevat quan concorrin circumstàncies degudament acreditades de força major o les previstes en aquest plec, o tot i concurrent, si no es compleix la resta que preveu la Llei o en el Plec.
- e) L'incompliment reiterat de les ordres de l'EMT per a la prestació dels serveis que siguin procedents d'acord amb el contingut del present plec, el plec de condicions tècniques i econòmiques i la normativa vigent, així com les normes de seguretat dictades per EMT.
- f) Falsejar la informació a subministrar a l'òrgan de control d'EMT, de conformitat amb el que disposa el present plec de condicions i en el de condicions tècniques i econòmiques.
- g) La inobservança de normes, disposicions o resolucions administratives emanades de les autoritats competents en cada matèria.
- h) La reiteració de dues o més infraccions greus en el període de sis mesos.

Es consideraran infraccions greus:

- a) L'incompliment de les condicions de prestació del servei establertes en el present plec, en el contracte i la resta de normativa aplicable, llevat que tinguessin el caràcter de molt greu de conformitat amb el que preveu l'apartat anterior.
- b) L'obstrucció per l'adjudicatari del control i fiscalització que ha de exercir l'òrgan de supervisió i control de l'EMT, quan no sigui qualificada de molt greu.
- c) La manca de contractació de pòlisses d'assegurança que garanteixin en quantia suficient les responsabilitats a què es refereixen aquest plec i el de condicions tècniques i econòmiques.
- d) La reiteració de dues o més faltes lleus en el període de sis mesos.

Es consideraran infraccions lleus:

Totes les altres faltes no qualificades com a greus o molt greus i que suposin incompliment de les condicions estipulades en el present plec i en el de condicions tècniques i econòmiques i la resta de normativa aplicable.

Quan la infracció comesa transcendeixi l'il·lícit contractual i revista els caràcters de delicte o falta, l'EMT posarà també els fets en coneixement de les autoritats judicials competents.

14.SANCIONS.

Les infraccions comeses per l'adjudicatari se sancionaran de la manera següent:

- a) Les infraccions lleus podran ser sancionades amb multes on la quantia no podrà excedir de 600 euros.
- b) Les infraccions greus podran ser sancionades amb multes on la quantia podrà oscil·lar entre 600,01 i 3.000 euros.
- c) Les faltes molt greus podran ser sancionades amb multes on la quantia no podrà excedir de 9.000 euros, o bé declarar la resolució del contracte, penalització aquesta última que, en tot cas, s'aplicarà en el supòsits que preveu la normativa aplicable i en els especificats en el present plec de condicions i en el de condicions tècniques i econòmiques.

L'import de les penalitzacions previstes en aquest plec de condicions s'actualitzarà anualment d'acord amb l'Índex General de Preus al Consum, publicat per l'Institut Nacional d'Estadística o òrgan que el substitueixi.

Procediment per imposar penalitzacions.

A la vista de les reclamacions formulades pels usuaris respecte de les deficiències del servei o a instància d'EMT, en virtut de les facultats d'inspecció i control que expressament es reserva, EMT podrà iniciar expedient de penalització a l'adjudicatari, a l'efecte de formalitzar el corresponent plec de càrrecs respecte al qual l'adjudicatari podrà formular, en el termini de 15 dies hàbils, les corresponents alegacions i proposar la prova que consideri oportuna en un període conjunt de proposició i pràctica que no ha d'excedir de deu dies hàbils.

EMT notificarà la proposta de penalització, concedint tràmit d'audiència per 10 dies hàbils, remetent l'expedient al Consell d'Administració d'EMT, la resolució serà ferma i executiva.

Una vegada que la sanció sigui ferma i executiva, l'adjudicatari tindrà un termini d'un mes des de la notificació per fer-la efectiva. Transcorregut aquest termini sense que la sanció es faci efectiva, EMT procedirà a confiscar la fiança en l'import corresponent.