



**PLEC DE CONDICIONS TÈCNiques ESPECÍFIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ
DE LA PRESTACIÓ DEL SERVEI DE SUPORT TÈCNIC A RÀDIO GRÀCIA DEL
DISTRICTE DE GRÀCIA, AMB MESURES DE CONTRACTACIÓ PÚBLICA
SOSTENIBLE**

CLÀUSULA 1

El present contracte té per objecte la prestació del servei de suport tècnic a Ràdio Gràcia del Districte de Gràcia, amb mesures de contractació pública sostenible. Aquest servei consisteix en la coordinació i suport tècnic del funcionament de Ràdio Gràcia.

CLÀUSULA 2

La durada del contracte serà des de l'1 de gener de 2025, o l'endemà de la formalització del contracte si aquesta fos posterior, i fins a vint-i-quatre mesos més, amb possibilitat d'una pròrroga per un màxim de 24 mesos.

La durada total del contracte incloent les eventuais pròrrogues serà de 4 anys.

CLAUSULA 3

MISSIÓ I OBJECTIUS

La missió principal per la qual va ser creada Ràdio Gràcia era oferir un servei públic d'informació i comunicació per als 5 barris del districte de Gràcia per mantenir la població informada sobre l'actualitat del districte i els esdeveniments locals.

Arran d'un estudi d'audiència (Lean Research 2021) es detecta que Ràdio Gràcia té una audiència del 2,8% de la població adulta del districte, que és molt fidel i que participa activament de la vida social de barri. Així mateix, es detecta una oportunitat de millora molt gran per arribar a nous públics, ja que una part important dels enquestats (55,8%) desconeix l'emissora però es declara disposat a seguir-la. Així



mateix, a l'hora de valorar en general l'emissora l'aspecte que rep més puntuació és la qualitat de la programació i dels locutors, i la que menys la qualitat de la connexió.

Així, es conclou que Ràdio Gràcia necessita:

1. Modernitzar-se digitalitzant la seva oferta amb pòdcasts, ràdio a la carta i acompanyant el públic menys digital, ampliant l'abast temàtic de la seva programació i connectant amb nous públics
2. Obrir-se a nous públics (inclusiva), nous temes (inquieta) i noves formes de fer (innovadora)
3. Donar-se a conèixer essent present a l'imaginari quotidià de Gràcia: al carrer, el comerç i els principals esdeveniments dels barris, a la seu del Districte, equipaments i entitats. En definitiva, a la vida de les persones que viuen a Gràcia.

Per tal de continuar fidel a la seva missió principal i arribar a la major part de la població, l'emissora ha d'aprofitar les noves eines i tecnologies de la informació i comunicació.

El nou objectiu que es marca Ràdio Gràcia és esdevenir una plataforma moderna i digital que sigui el punt d'informació local de persones, entitats i associacions que tenen en la transmissió digital de la informació el seu vehicle principal d'expressió i que són cada cop un nombre més gran de persones.

A l'anterior licitació es va iniciar el pas cap a la digitalització de la ràdio mitjançant la promoció dels pòdcasts a través de les xarxes socials.

El 2025 Ràdio Gràcia farà 35 anys. És un bon moment per fer aquesta proposta de nou model de Ràdio. Ràdio Gràcia ha estat un referent per a la vida gracienc, especialment per a les persones i entitats més implicades en la vida del Districte. Ara és el moment d'aprofitar les noves oportunitats tecnològiques i socials per a modernitzar i obrir l'emissora de Gràcia a partir de 3 premisses:

1. Digitalització

La digitalització de l'emissora i l'ús de les xarxes socials han de ser eines poderoses per a una emissora de districte com Ràdio Gràcia, especialment en termes d'abast, diversitat i inclusió.

Abast global: Les xarxes socials i les plataformes de pòdcasts permeten arribar a audiències més enllà de les fronteres geogràfiques. Amb una estratègia digital sòlida, l'emissora pot arribar a diferents públics del Districte i de la ciutat, ampliant-ne l'abast i l'impacte.



Interacció en temps real: Les xarxes socials ofereixen la possibilitat d'interactuar amb l'audiència en temps real. Això permet una comunicació bidireccional on els oients poden fer preguntes, enviar comentaris o suggeriments, creant un sentit de comunitat i pertinença.

És per això que caldrà potenciar la creació de nous pòdcasts de tota la programació, visibilitzar el corpus de pòdcasts antics i difondre'ls en una plataforma renovada. Amb aquesta premissa Ràdio Gràcia permetrà als oients accedir als continguts de manera flexible i adaptada a les seves rutines diàries. Així mateix, l'ús actiu de les **xarxes socials** ajudarà a establir un diàleg directe i constant amb l'audiència, facilitant una major interacció i participació.

2. Obertura a nous públics

Ràdio Gràcia ha de proposar-se ampliar la seva audiència cap a les noves generacions i nous col·lectius de Gràcia. En un món en constant evolució, és essencial que els mitjans de comunicació s'adaptin i evolucionin amb el seu públic. Amb el pas a la digitalització es pot arribar a sectors del públic on encara no s'hi ha arribat, com els joves, que utilitzen eminentment eines digitals, o col·lectius de nous nadius, pels quals la ràdio pot esdevenir una eina per a poder practicar i aprendre a comunicar-se amb el veïnat i el territori en un exercici d'integració social. Tot això, sense perjudici de continuar amb l'antena analògica que s'ha estat utilitzant fins ara.

3. Descentralització

Si la ràdio s'apropa a la gent serà molt més fàcil promocionar-la i crear vincles entre el veïnat i les emissions, així com sentir-se-la més pròpia. Crear diferents estacions de treball als equipaments del districte farà que sigui més accessible, que s'escampi pel territori i que es vinculi a aquest emocionalment. Hem de facilitar l'accés de les veïnes als centres de producció perquè puguin fer servir les eines que el districte posa al seu abast.

Aquest pla de promoció no només busca enfortir la presència de Ràdio Gràcia al Districte de Gràcia, sinó també enriqueix la interacció amb la comunitat local i promou la seva participació activa en la vida radiofònica del districte.

A partir d'aquestes 3 premisses, els objectius de Ràdio Gràcia són:

1. Augmentar el públic, principalment aquell que no està a l'FM (nova audiència digital)

Ràdio Gràcia ha de proposar-se ampliar la seva audiència cap a les noves generacions i nous col·lectius de Gràcia. En un món en constant evolució, és essencial que els mitjans de comunicació s'adaptin i evolucionin amb el seu públic. Amb aquesta premissa, Ràdio Gràcia ha d'apostar per la innovació incorporant elements de ràdio



digital, com el pòdcast, que permetrà als oients accedir als continguts de manera flexible i adaptada a les seves rutines diàries. Així mateix, l'ús actiu de les xarxes socials ha d'ajudar a establir un diàleg directe i constant amb l'audiència, per facilitar una major interacció i participació.

2. Propulsar una participació activa en els principals esdeveniments del Districte, mitjançant la participació de públic voluntari amb l'ús de les xarxes socials

La ràdio ha d'estar viva i, a banda dels continguts d'autor de les diferents persones i entitats del Districte, ha de comptar amb una generació diària de contingut donant veu i essent altaveu de l'actualitat del barri. Així, el veïnat i les i entitats han de ser part activa de la ràdio i actuar com a corresponsals de les seves propostes.

Els cinemes, teatres, equips esportius i entitats socials del Districte han de participar de l'actualitat que els és més propera a través de diferents fórmules: retransmissions en directe, entrevistes, articles d'opinió...

La redacció de la ràdio haurà d'estar oberta a les propostes i iniciatives que arribin, tant si són per a actes efímers com per a programes estables.

3. Esdevenir una escola de ràdio per a futurs professionals

La nova ràdio hauria de ser un referent per a tots els estudiants vinculats al món de la comunicació, del periodisme, dels tècnics de so, de la gestió de xarxes i espais digitals, de la comunicació audiovisual i noves tecnologies i del màrqueting, oferint formació i pràctiques en els diferents espais.

Mitjançant acords amb les facultats de periodisme i comunicació, els centres educatius i les escoles de formació de tècnics en diferents especialitats s'han d'oferir estades de pràctiques on l'estudiant pugui viure de primera mà i en un ambient proper com es fa la ràdio.

4. Oferir un component d'entreteniment que les eines digitals proporcionen de manera democràtica i gratuïta als continguts de qualitat proporcionats per la ràdio.

La programació haurà de ser integradora i inclusiva i haurà de donar veu a tots els públics, generar cohesió social, enfortir el sentiment de pertinença, de viure i ser de Gràcia. Amb representació de tots els barris: Vallcarca i els Penitents, El Coll, La Salut, Vila de Gràcia i Camp d'en Grassot – Gràcia Nova.

CLÀUSULA 4

PRINCIPIS

La direcció de Ràdio Gràcia definirà el conjunt de programes i continguts seguint els següents principis:

1. Oferir una informació objectiva en llengua catalana, basada en la llibertat d'expressió i d'acord amb el codi deontològic de la professió periodística a Catalunya.



2. Assegurar la igualtat d'oportunitats per garantir l'accés a la informació per a les entitats, associacions i col·lectius del districte de Gràcia.
3. Respectar la llibertat d'opinió i els altres drets fonamentals de les persones.
4. Oferir programes que no tinguin continguts racistes, xenòfobs, sexistes o que incloguin qualsevol altra discriminació.
5. Oferir igualtat d'oportunitats a les entitats i col·lectius dels diferents àmbits sectorials i territorial que representen el Districte de Gràcia perquè puguin presentar els seus projectes i ofertes d'espai radiofònic.
6. Fer difusió de les activitats culturals, esportives, lúdiques i altres realitzades al districte de Gràcia, organitzades tant pel Districte com per les Entitats del territori, articulant amb aquestes els mecanismes de col·laboració adequats que afavoreixin la seva participació en la vida cultural i social del Districte.

CLÀUSULA 5

LÍNIES ESTRATÈGIQUES

Per aconseguir els objectius marcats anteriorment, s'han de treballar tres línies estratègiques de Ràdio Gràcia apuntant a:

1) Inclusió del nou teixit associatiu del Districte (les noves propostes s'han de sumar a les entitats de tota la vida)

La programació de Ràdio Gràcia ha d'incloure tot el teixit associatiu del Districte, integrant col·lectius, serveis, equipaments i agrupacions del Districte de Gràcia, tant les històriques com les més actuals i modernes. L'objectiu és donar veu a les seves propostes i servir d'altaveu per a les seves iniciatives. Això no ha d'implicar que tots facin antena ni que tots tinguin un pòdcast sinó trobar la millor manera de fer servir Ràdio Gràcia d'altaveu i arribar a la gent de la millor manera. Aquesta diversitat farà de Ràdio Gràcia una ràdio inclusiva i moderna, que interessarà la ciutadania gracienc i a la de més enllà.

2) Cobertura del màxim d'esdeveniments que s'esdevenen al districte (locals, públics, privats, culturals)

La programació de l'emissora ha de cobrir els esdeveniments més rellevants dels barris de Gràcia, des de les festes majors, Sant Medir, els Foguerons o els premis de la Vila de Gràcia, fins a Sant Jordi, Sant Joan o l'Ou com Balla. A més, ha d'apostar per la cobertura de nous esdeveniments, com els mercats de música del



Festigabal, els festivals dels cinemes Verdi, l'espai Texas, el Tradicionàrius, l'Ateneu de Fabricació... També ha de donar suport a les iniciatives del gremi de comerciants, les galeries d'art del Districte, així com a activitats de teatre, cultura, restauració, el festival LEM, el CD Europa i els equips d'esports federats del districte.

Ràdio Gràcia ha de ser una plataforma d'àudio que ofereix oportunitats a les veïnes i veïns que vulguin viure el que passa al seu territori, ser-hi presents i dir-hi la seva. El veïnat ha de col·laborar en fer la ràdio viva i en oferir el millor que tenen per fer un producte professional, de qualitat i engrescador. Hom pot aportar veu, pensament, tècnica, guió, tasques de producció o gestió de les xarxes, però sempre amb una finalitat comuna: fer la de Ràdio Gràcia una ràdio viva, valenta i engrescadora. Interessant per a tothom.

3) Creació d'una plataforma de ràdio moderna i digital que inclogui, a banda de les emissions d'FM, l'univers de les xarxes socials, els continguts digitals, el vídeo i la interacció amb una programació estable i coherent

Ràdio Gràcia s'ha de presentar com una plataforma de ràdio moderna i digital que inclogui, a banda de les emissions d'FM, l'univers de les xarxes socials, els continguts digitals, el vídeo i la interacció amb una programació estable i coherent, on tothom estigui representat. Això inclou programes i seccions regulars, així com contingut extra com pòdcasts, càpsules, entrevistes i informatius. La programació es distribuirà per franges horàries de matí, tarda i nit, encabint els programes d'autor dins d'una estructura coherent i amb una adequació professional.

Garanties

Aquestes línies mestres de programació asseguruen que Ràdio Gràcia serà un mitjà de comunicació modern, inclusiu i rellevant per a tota la comunitat de Gràcia i més enllà, a partir de:

-garantir una selecció i programació equilibrada que satisfaci les preferències de l'audiència gracienc. Això inclou assegurar que hi hagi una bona combinació de notícies, música, entreteniment i programes culturals.

-fomentar la creació de contingut original de producció pròpia que reflecteixi la vida i la diversitat de Gràcia. Aquesta garantia és clau dins el paper de Casa de la Ràdio que Ràdio Gràcia pot aspirar a ser per tota la ciutat de Barcelona en la formació de futurs professionals. Aquí s'han de garantir programes tradicionals, pòdcasts, càpsules informatives o directes per Twitch. Això permetrà a Ràdio Gràcia oferir programes únics i exclusius que no es poden trobar en cap altra emissora. La programació s'ha de poder oferir a la carta encara que s'estreni en directe o per l'FM.



-treballar principalment amb artistes i segells de la ciutat per tal de donar-los veu i cobertura per promocionar el seu talent i la seva feina, bàsicament a través de pòdcasts (no en antena analògica).

-en les línies estratègiques de contingut també s'ha de promoure la participació ciutadana mitjançant convocatòries obertes per a la presentació de propostes de programes, pòdcasts, seccions o càpsules. La comunitat graciencina ha de sentir seva la ràdio i proposar idees i continguts per a la graella, fent que la programació sigui més representativa i diversa.

-desenvolupar col·laboracions amb entitats locals, col·lectius i artistes per donar-los cobertura, veu i presència que reflecteixin la diversitat cultural i artística de Gràcia. Això inclou programes especials, píndoles informatives, mencions a l'antena o la millor forma per donar la sortida correcta a tota l'activitat relativa a música, art, teatre, cinema i altres formes d'expressió cultural del territori.

-desenvolupar programes educatius en col·laboració amb escoles i institucions educatives locals per fomentar l'aprenentatge i la participació dels joves a través de la ràdio. Aquests programes poden incloure espais dedicats a temes escolars, projectes estudiantils i iniciatives educatives.

-donar veu també a experts, artistes i representants de la comunitat per explorar temes rellevants per a Gràcia, com la història de la vila, la seva identitat cultural i els reptes urbans. Aquestes entrevistes oferiran una visió profunda sobre els temes que importen a la gent de Gràcia. El format pot ser des de la participació en tertúlies o programes a la vídeo entrevista. Cada contingut ha de trobar la millor expressió per arribar al màxim de veïnes

-la vinculació al territori i als veïns s'ha d'aconseguir portant la ràdio allà on hi ha el seu públic. Això vol dir que a banda d'estar a les principals festes i esdeveniments de la vila, s'haurien de tenir "corresponsals voluntaris" a tot el districte amb la implementació de diferents estacions de treball (*workstations*) a punts estratègics del districte, i des d'allà impartir formació i cursos que formin nous professionals, reciclin aquells que així ho vulguin o ensenyin als més grans a fer servir la seva veu.

-implicar als diferents centres educatius perquè els alumnes des d'aquests centres creïn contingut digital original i d'autor al qual Ràdio Gràcia donarà veu i decidirà quins sons els continguts més rellevants i amb més compromís per tal de ser el centre guanyador i obrir les portes als productors a utilitzar la plataforma de Ràdio Gràcia com a propulsor cap a diferents mitjans de comunicació.

En resum, dins la línia estratègica de la nova ràdio gràcia s'han d'utilitzar eines que promoguin:



1. La vinculació al Territori
2. Col·laboració amb entitats i centres cívics
3. Cobertura d'esdeveniments.
4. Programació estable i coherent
5. Altaveu noves propostes
6. Connectada amb la música, l'art, la cultura, la societat..., de Gràcia i de Barcelona
7. Utilitzi una varietat de canals de difusió: pòdcast, FM, xarxes socials,

CLÀUSULA 6

Per a la prestació del servei de coordinació i suport tècnic a la programació de Ràdio Gràcia, l'empresa adjudicatària haurà de garantir la disponibilitat d'efectius necessaris per a cobrir les tasques objecte d'aquest contracte de serveis amb personal qualificat durant el temps que duri la contractació.

Els perfils professionals requerits per a la prestació de l'esmentat servei són:

a. Coordinador de programació i relació amb els voluntaris

Figura que assegurarà la correcta coordinació de totes les tasques de continguts i programes tradicionals en la FM, alhora que durà a terme la coordinació de l'equip de voluntaris

<u>Tasques:</u>
-Coordinació de les agendes dels col·laboradors i voluntaris
-Validació de les propostes de programació dels voluntaris
-Recerca de temes d'actualitat d'interès general i proposta de continguts per als programes
-Redacció d'informacions periodístiques
-Planificació i preparació de les locucions
-Realització de la locució de programes de ràdio
-Elaboració d'una memòria anual
-Qualsevol altra funció anàloga que li sigui encarregada

Dedicació setmanal: 37,5 hores

b. Coordinador de continguts digitals

Perfil dedicat a la promoció i gestió de continguts digitals, alhora que cercarà nous



agents de col·laboració.

<u>Tasques:</u>
-Creació de continguts per a les xarxes socials pròpies de Ràdio Gràcia
-Promoció i difusió de la nova ràdio a través de canals off i on line.
-Recerca de temes d'actualitat d'interès general i proposta de continguts per als programes
-Redacció d'informacions periodístiques
-Planificació i preparació de les locucions
-Realització de la locució de programes de ràdio
-Elaboració d'una memòria anual
-Qualsevol altra funció anàloga que li sigui encarregada

Dedicació setmanal: 20 hores

c. Encarregat de les relacions públiques, sinergies i màrqueting

Figura que ha de promocionar la ràdio tant en els àmbits coneguts com en els dels nous públics. També és responsable de buscar interrelacions amb entitats del territori.

-Dissenyar i executar estratègies de promoció
-Gestionar les relacions públiques i les accions de màrqueting extern
-Desenvolupar campanyes promocionals
-Organitzar esdeveniments i activitats de promoció de la ràdio i els seus programes
-Coordinació creació contingut per a xarxes socials i el lloc web
- Col·laborar amb altres mitjans i organitzacions per a sinergies
- Monitorar la presència de l'emissora als mitjans
- Anàlisi de l'audiència i de l'impacte de les campanyes: Monitorar i analitzar les dades d'audiència per avaluar l'eficàcia de les campanyes promocionals
- Gestionar la relació amb entitats i veïnes. Coordinar i donar suport a les activitats i projectes dirigits a audiències joves
-Desenvolupar i mantenir la imatge de marca de l'emissora

Dedicació setmanal: 20 hores

d. Tècnic de so



Figura responsable de les tasques de funcionament dels equips i el control de les emissions i de les tasques relacionades amb a realització, enregistrament i emissió dels diferents programes i continguts audiovisuals que realitzaran els col·laboradors, becaris i estudiants en pràctiques.

<u><i>Tasques:</i></u>
-Realització de les tasques tècniques de gravació i so dels programes en directe, tant a l'estudi com a l'exterior
-Execució i edició d'enregistraments d'entrevistes
-Anàlisi de les característiques tècniques i formals dels programes per determinar-ne els recursos tècnics
-Fer efectiva la continuïtat de l'emissió en antena d'acord amb la planificació de graella
-Enregistrament, captura, edició i postproducció d'àudios, adaptant els formats quan sigui necessari, per a la publicació en web o l'intercanvi i exportació a tercers
-Participació en el procés de conservació i catalogació digital dels programes
-Classificació dels programes emesos en el repositori de pòdcasts de la Xarxa de Ràdios Comunitàries de Barcelona
-Control de l'inventari de material tècnic i verificació de l'estat dels aparells per al seu manteniment
-Qualsevol altra funció anàloga que li sigui encarregada

Dedicació setmanal: 20 hores

Vista la dedicació setmanal descrita en les quatre figures, una mateixa persona podrà dur a terme tasques de diferents perfils.

El personal dependrà, a tots els efectes, únicament del contractista adjudicatari, sense que entre aquests i l'Ajuntament, existeixi cap vincle ni funcional ni laboral, ni de cap altra naturalesa. A tal efecte, previ a l'inici de l'execució del contracte, l'adjudicatari estarà obligat a especificar les persones concretes que executaran les prestacions i a acreditar la seva afiliació i situació d'alta a la Seguretat Social. Durant la vigència del contracte, qualsevol substitució o modificació d'aquestes persones haurà de comunicar-se prèviament a l'Ajuntament i acreditar que la seva situació laboral s'ajusta a dret.

En cas de ser necessari s'haurà de garantir la substitució del personal en un temps inferior a 48 hores.

La subrogació del personal, de conformitat amb l'establert a l'art. 44 de l'Estatut dels

treballadors i per estar aquesta obligació establerta al conveni col·lectiu d'aplicació s'inclou, a efectes informatius i de conformitat amb el que preveu l'art. 130 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, a l'annex 1 la relació de persones treballadores que en l'actualitat presten aquest servei, facilitada per l'actual adjudicatària del contracte, amb indicació d'antiguitat, jornada, salari, tipus de contracte i categoria professional de cadascuna d'elles.

CLÀUSULA 7

PROJECTE DE RÀDIO

Ràdio Gràcia s'ha de convertir en una plataforma digital que enforteixi la cohesió social i la identitat cultural de la Vila de Gràcia i que sigui el reflex de la FM en l'entorn digital (web, mòbils i xarxes socials).

Ràdio Gràcia ha d'esdevenir un referent per a la comunitat gracienc amb la inclusió en el seu entorn de col·lectius diversos i amb la corresponent promoció de la cultura local, oferint continguts que interessin a una audiència variada i exigent. La ràdio serà una eina clau per fomentar la participació ciutadana, promovent un espai on tots els graciencs se sentin representats i escoltats.

Aquest compromís amb la comunitat i la qualitat dels continguts farà que Ràdio Gràcia esdevingui un punt de referència en el panorama radiofònic de Barcelona, contribuint a enfortir els llaços entre els seus habitants i potenciant la riquesa cultural de la Vila de Gràcia.

Ecosistema digital:

- **Podcast:** Desenvolupar una varietat de ràdio a la carta i pòdcast que abordin temes d'interès per a les noves generacions i els nous col·lectius de la Vila de Gràcia.
- **FM:** Mantenir una programació en directe que integri elements de la ràdio de proximitat perquè l'audiència la pugui viure i sigui un complement de la programació digital oferint un valor afegit al directe. La FM ha de tenir el seu corresponent en aplicació mòbil, escolta en web i e màxim de sistemes possibles. Obrir portes a tots els públics digitalitzant l'emissió de l'FM.
- **Xarxes socials:** Crear i mantenir presència activa en les principals xarxes socials (**Facebook** per als més grans, **WhatsApp** i **X** per la interacció amb el directe, **Instagram** i **Tiktok** per les més joves, **Twitch** per l'emissora en directe i **YouTube** i **Spotify** per als pòdcasts i vídeo pòdcasts) Serà contingut rellevant i atractiu per promocionar la programació i per promoure tot el contingut digital que es generi des de la plataforma. Hem de fomentar la participació i la interacció del públic.



Caldrà que la programació principal de Ràdio Gràcia en format FM, streaming o videostreaming inclogui informació de serveis del Districte, informació cultural, social, política i/o comercial i actualitat musical local en continguts com informatius, agenda, entrevistes i reportatges especials.

Ràdio Gràcia ha de ser clau per mantenir la comunitat informada sobre el que succeeix en el seu entorn més proper i donar a conèixer els serveis, activitats i recursos disponibles als equipaments municipals i comunitaris de Gràcia, com biblioteques, centres de salut, centres cívics ...

La cultura, art, oci i altres temes d'interès local han de ser també presents com un punt de trobada per als graciencs, on poder conèixer i debatre sobre qüestions rellevants per a la comunitat.

La programació musical de Ràdio Gràcia hauria de consistir en una selecció musical diversa, incloent-hi principalment artistes locals així com una bona representació dels internacionals que es vinculin amb el districte i la ciutat de Barcelona de manera directa, per reflectir els gustos i les preferències dels graciencs. La música és una part fonamental de la programació de qualsevol ràdio per la seva vinculació emocional i per tal d'oferir una àmplia gama de gèneres i estils que reflecteixin l'ecosistema musical de les sales, clubs, festivals i programació del districte de Gràcia i els més rellevants de la ciutat de Barcelona.

CLÀUSULA 8

CONTROL I SEGUIMENT DELS SERVEIS PRESTATS

La responsable del contracte és la direcció de Ràdio Gràcia, que recau en la Cap del Departament de Comunicació.

La direcció de Ràdio Gràcia supervisarà l'execució del servei i serà també la responsable de la interlocució amb la persona que fixi l'empresa per a l'execució dels serveis.

Un cop al mes es farà una reunió amb l'objectiu de revisar el funcionament ordinari del servei.

El Consell Rector de Ràdio Gràcia també farà seguiment de l'execució del present contracte.



CLÀUSULA 9

CONTROL I SEGUIMENT DELS RESULTATS DE LA RÀDIO

Mitjançant la mesura i l'anàlisi de resultats s'ha de garantir una gestió eficient i orientada als objectius, assegurant així el creixement continu de Ràdio Gràcia i la seva rellevància dins la comunitat.

Aquestes mesures han d'ajudar a establir una prestació de servei de qualitat, amb una supervisió continuada i una resposta ràpida a qualsevol eventualitat, garantint així la continuïtat i l'efectivitat del servei de Ràdio Gràcia.

S'han d'establir mecanismes d'anàlisi i sistemes de mesura per avaluar l'impacte i l'eficàcia de les iniciatives de promoció. Per al correcte desenvolupament d'aquesta tasca, s'han d'establir els següents objectius:

- Consensuar indicadors que mesurin l'acompliment dels objectius

L'empresa adjudicatària haurà de proporcionar indicadors de l'assoliment dels objectius del servei per a la seva avaluació. Aquests indicadors inclouran mètriques de qualitat, eficiència i satisfacció dels usuaris. Aquests indicadors han de quedar definits semestralment.

-Recopilar i analitzar dades per avaluar el grau d'èxit i fer els ajustos necessaris

-Informar de manera regular amb reunions mensuals sobre els resultats obtinguts i prendre decisions basades en dades per millorar les estratègies de promoció i revisar el funcionament ordinari del servei. Aquestes reunions permetran identificar àrees de millora i assegurar que els objectius establerts es compleixin de manera eficient.

La direcció de Ràdio Gràcia ha de supervisar l'execució del servei i ha de ser responsable de la comunicació amb els coordinador de Ràdio Gràcia per la correcta execució dels serveis assignats.

CLÀUSULA 10

EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

La programació fixa es realitzarà principalment a l'estudi de ràdio ubicat al Centre Cívic El Coll–La Bruguera (Carrer Aldea,15).

Com s'ha esmentat més amunt, la descentralització serà una via per apropar la ràdio al públic general i ajudar a enfortir vincles.

Com que en l'actualitat es poden fer bones transmissions amb pocs mitjans tècnics, caldrà fomentar que la ràdio surti al carrer a la recerca dels temes d'interès del veïnat



i s'acosti als llocs on estan passant les coses.

CLÀUSULA 11

El contractista resta obligat al compliment de la normativa general sobre prevenció de riscos laborals i, en particular, de les disposicions sobre coordinació d'activitats empresarials a què es refereix l'art. 24 de la Llei 31/95 sobre Prevenció de Riscos Laborals, en allò que fa referència a cooperació en l'aplicació de la normativa sobre prevenció d'aquest tipus de riscos quan al mateix centre de treball desenvolupen activitats treballadors de dos o més empreses i/o personal dependent de la Corporació.

A aquests efectes, l'empresa contractista haurà de presentar en el termini d'un mes des de la notificació de l'adjudicació, els criteris per a la protecció i prevenció de riscos laborals en els termes previstos per l'esmentada normativa.

CLÀUSULA 12

L'adjudicatari assumirà la total responsabilitat de l'execució del contracte enfront l'Administració, d'acord amb els Plecs de Condicions i termes del contracte, sense que vinculin a l'Administració les obligacions de qualsevol mena assumides pel contractista en front a tercers, que, en tot cas, tindran naturalesa privada.

CLÀUSULA 13

Ràdio Gràcia no pot emetre cap tipus de publicitat comercial, llevat de la difusió de projectes, entitats o col·lectius o de caràcter institucional. Recau en la direcció de la ràdio poder establir convenis de patrocini o de cessió d'espais radiofònics amb entitats privades.

La direcció de Ràdio Gràcia serà qui valorarà la idoneïtat de dur a terme convenis de col·laboració d'interès públic i sense finalitat de lucre o comercial. En el cas que es duguin a terme se'n donarà comptes en el decurs del primer Consell Rector.

CLÀUSULA 14

Seràn de titularitat municipal la totalitat dels drets de propietat intel·lectual que es derivin dels programes produïts, obligant-se l'adjudicatari a obtenir les autoritzacions i/o cessions de drets que calguin. En cas que no s'obtinguin aquestes



autoritzacions, s'exonera de tota responsabilitat derivada a l'Ajuntament de Barcelona.

CLÀUSULA 15

El pressupost del present contracte és de 252.890,00 € (dos-cents cinquanta-dos mil vuit-cents noranta euros), IVA inclòs, dels quals 209.000,00 € (dos-cents nou mil euros) corresponen a l'import net i 43.890,00 € (quaranta-tres mil vuit-cents noranta euros) a l'IVA al tipus del 21%.

El pressupost total del contracte total es desglossa en:

- A) Despeses de personal: 188.043,12 euros
- B) Despeses compra de material : 960,00 euros
- C) Despeses manteniment d'equips: 1.000,00 euros
- D) Despeses de gestió (10%): 18.996,88 euros
- E) En concepte d'IVA: 43.890,00 euros

Aquest pressupost s'ha d'entendre comprensiu en la totalitat de l'objecte del contracte i els preus consignats porten implícits tots els conceptes previstos en el Plec de clàusules administratives generals.

Anna Porta i Abella

Cap del Departament de Comunicació
Districte de Gràcia