

EMPRESA MUNICIPAL DE MITJANS
DE COMUNICACIÓ DE TARRAGONA SA

Informe de Gestió 2021





INTRODUCCIÓ

Durant l'exercici 2021 l'activitat de l'EMMCT s'ha centrat en les següents línies de treball:

- Serveis Informatius i Programes
- Arrancada d'estratègia de Podcasts i Àudio a la Carta
- Mitjà Digital www.tarragonaradio.cat i Xarxes Socials
- Posicionament en plataformes de consum d'informació i entreteniment
- Adequació Audiovisual
- Col·laboració amb La Xarxa (Xarxa Audiovisual Local)
- Activitats comercials i venda de publicitat
- Regularització de processos administratius i comercials

L'activitat de la societat ha fet un important viratge en l'àmbit digital i de xarxes socials adaptant la seva activitat als nous models de consum i renovant també tota la programació a l'FM. S'ha fet especial èmfasi en l'obtenció de nous ingressos mitjançant la diversificació de fonts i l'ingrés a La Xarxa.

A continuació presentem en detall quina ha estat l'evolució de cadascuna de línies d'activitat de l'EMMCT.



1. ACTIVITATS

1.1. Serveis Informatius

Butlletins horaris: butlletins informatius cada hora en punt, a més de l'informatiu matinal de dues hores i l'informatiu migdia de 30 minuts Tarragona Actualitat i les reemissions. També s'emet l'informatiu nacional de La Xarxa (NEX migdia).

Venda de notícies a La Xarxa: producció de peces locals que es venen a l'informatiu nacional i a la resta de ràdios de Catalunya mitjançant la plataforma de la XAL.

Cobertures Cap de setmana: servei de cap de setmana de Tarragona Ràdio. Tots els dissabtes tenim habilitat un/a redactor/a d'informatius per cobrir la informació de la ciutat, que es publica al lloc web.

Informatius a www.tarragonaradio.cat: millorament qualitatiu i qualitatiu de la tasca dels serveis informatius per en l'àmbit digital. Aquest reforç també s'ha fet visible mitjançant les xarxes socials, principalment Twitter i Facebook.

1.2. Programació diària de la graella FM

Durant el 2021 hem fet una renovació total de la programació diària de Tarragona Ràdio, apostant per l'increment de les cares visibles i la segmentació de públics i productes en funció de les franges horàries.

La Veu de Tarragona: Actualitat, política, economia i societat. Inclou la tertúlia política municipal.

Què de Què: Cultura, societat i entreteniment.

TGN Esports: espai i visibilitat per a totes les disciplines esportives.

Fans de Tarragona: música en clau tarragonina.

El Far: programa mariner de La Xarxa coproduït per Tarragona Ràdio.



1.3. Programació setmanal

Sempre Nàstic: programa setmanal post-partit sota la marca del programa degà sobre el Nàstic de Tarragona.

Heroïnes Anònimes: híbrid programa-podcast setmanal sobre les històries de dones de totes les edats i condicions del Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre.

Districte Zero: híbrid programa-podcast setmanal sobre diversitat cultural, migracions i anàlisi internacional amb perspectiva local.

Ràdio Veïnal: programa que repassa l'actualitat de tots els barris de la ciutat amb el suport de la Federació d'Associacions de Veïns de Tarragona.

Ja Tardes Cap de Setmana: adaptació de l'antic programa musical diari Ja Tardes.

Un, Dos i Seguit: programa històric i degà del món de la sardana a Catalunya.

T de Cultura: Programa sobre música, teatre, literatura, pintura o història.

Tràfic d'Abstraccions: Programa cultural i musical.

Programes musicals propis: Mi Rollo es el Rock, Paraula de Jazz, La Playa i Dj Parri. En la programació musical externa també s'inclouen dos programes fets des de fora de Tarragona Ràdio: Cocodril Club i Ruta 66.

1.4. Podcàsting i nous models de consum

L'aposta per la producció i distribució de continguts en format podcast ha estat endegada en 2021. Alguns dels productes que hem creat aquest 2021 són híbrids podcast-FM, però hem centrat part dels esforços en generar productes pensats per a les principals plataformes d'*streaming*.

Llistem els principals productes que hem creat i/o adaptat aquest 2021:

Del Passat També es Viu: nou podcast centrat en esdeveniments històrics que s'han viscut a la ciutat recuperant material de l'arxiu sonor.



700: nou podcast centrat en el 700 aniversari de les Festes de Santa Tecla, amb el suport del departament de Cultura de l'Ajuntament de Tarragona.

Fils de Memòria: nou podcast de memòria històrica amb el suport de l'Arxiu Històric de Tarragona i de la Biblioteca Hemeroteca Municipal.

La Faixa: nou podcast casteller amb monogràfics mensuals, format setmanal de temporada i retransmissions en directe.

Sempre Nàstic: podcast setmanal sobre l'actualitat del Club Gimnàstic de Tarragona. Versió podcast del programa degà de Tarragona.

Tothom.pod: adaptació del programa-secció Tothom. Centrat en els col·lectius més vulnerables de la nostra ciutat i aposta per la visibilització de totes les diversitats.

El Pont de Mahoma: adaptació del programa històric El Pont de Mahoma. És el programa de muntanya de referència.

Antahkarana: nou podcast de creixement personal i autoconeixement fet des de Tarragona.

Balls Parlats Santa Tecla 2021: nou podcast temàtic amb el recull sonor de tots els balls parlats de les festes patronals d'aquesta temporada.

A tocar de les estrelles: podcast de diversos capítols sobre l'ascens del Club Gimnàstic de Tarragona a la Primera Divisió.

La Frida. I punt: podcast sobre Frida, la primera geganta inclusiva que està adaptada perquè pugui ser portada per persones en cadira de rodes, sordes i cegues.

1.5. Lloc web www.tarragonaradio.cat

Renovació del portal

El nou portal de Tarragona Ràdio ha estat creat amb un dels sistemes més innovadors del mercat, el CMS Newspack, fruit de l'acord tancat en 2019 entre la plataforma WordPress i el gegant d'internet Google per donar suport logístic a mitjans de comunicació locals de tot al món. Paral·lelament, s'han reordenat també els continguts la plataforma Enacast, que permet escoltar la ràdio per Internet (*streaming* i a la carta) i facilita la difusió i gestió dels continguts d'àudio que neixen a l'FM i continuen el seu recorregut a la nova web. També s'ha obert i explotat perfil a la plataforma de pscàsting Spotify. S'ha fet una aposta



per situar www.tarragonaradio.cat en un espai homologable entre els principals mitjans digitals d'àmbit local.

1.6. La Xarxa

L'ingrés a la Xarxa i, per tant, l'adhesió als principals protocols de la XAL (Xarxa Audiovisual Local) han suposat un gran pas endavant en la història de Tarragona Ràdio, fins 2021 l'única ràdio municipal d'una capital de província catalana que no formava part de la principal xarxa de ràdios i televisions públiques de Catalunya. L'ingrés a La Xarxa ha significat:

- Participar en el sistema de venda de notícies
- Participar en el programa diari El Far
- Accions puntuals que suposen altres ingressos
- Participar en la xarxa d'emissores de forma activa
- Aprofitament de material tècnic cedit per la XAL
- Comunicació interna de la nostra activitat dins els espais de difusió de la XAL
- Servei gratuït i/o a cost rebaixat de les veus publicitàries.
- Presència i veu al Mercat de l'Audiovisual de Catalunya
- Incorporació de productes a la graella de Tarragona Ràdio
- Possibilitat d'incorporar altres programes, càpsules i/o notícies en la nostra graella

1.7. Audiències

Audiència FM 96.7

L'estat de salut de l'escolta tradicional de la ràdio (FM) és molt bo, tenint en compte sobretot els actuals índex d'audiència generals del mitjà radiofònic i en comparativa amb altres ràdios del nostre entorn.

- 90.532 persones han escoltat alguna vegada Tarragona Ràdio (un 70'4% de la població de Tarragona)
- 43.661 persones han escoltat Tarragona Ràdio durant l'últim més (un 32,2% de la població de Tarragona)
- Tenim un 11,1 del *share* 24h i 7.715 de GRP 24 hores (persones que ens escolten diàriament).
- Durant el matí (horaris de màxima audiència) tenim un 11,7 del *share* i un GRP de 4.340.
- Un 71,8% dels homes i un 69% de les dones han escoltat alguna vegada Tarragona Ràdio. També ho ha fet un 81,2% dels



tarragonins entre 35 i 55 anys, un 67,6% dels majors de 55 i un 60,7% dels menors de 35.

- Entre la població que segueix Tarragona Ràdio, un 73'9 % ens escolliria per informar-se sobre Tarragona a través del mitjà radiofònic. Entre el total de la població de Tarragona, un 58'6% també escolliria la nostra emissora per informar-se sobre qüestions locals de Tarragona a través del mitjà radiofònic.

Audiència lloc web www.tarragonaradio.cat

Pel que fa a les audiències al nostre lloc web, aquestes són les principals dades a tenir presents, extretes mitjançant l'eina de càlcul de KPI's i indicadors d'audiències de Google Analytics (la més objectivables del mercat):

- Un total de 168.469 usuaris únics (dispositius diferents) han visitat el nostre lloc web durant 2021
- Els usuaris que han entrat al lloc web han consultat 488.468 continguts (pàgines vistes) durant el 2021.
- El 37,3% de les visites s'han aconseguit mitjançant les xarxes Socials (Twitter, Facebook i Instagram principalment)
- Un 28,7% de les visites s'han aconseguit gràcies al nostre posicionament SEO (Google principalment)
- Un 20'2% de les visites han estat fruit del tràfic directe a la portada de Tarragona Ràdio
- Un 12,6% de les visites tenen com a origen altres fonts no identificades

Les dades absolutes (168.469 usuaris únics i 488.468 pàgines vistes) ens situen al pòdium entre els mitjans digitals de Tarragona en l'àmbit municipal. Som entre els tres mitjans més consultats en la nostra llengua per informar-nos del que passa a la ciutat.

Audiència xarxes socials

Facebook: 10.838

Twitter: 15.700

Instagram: 2.719

Total seguidors: 29.258



Audiència Enacast (ràdio a la carta + streaming)

Streamings: 180.250 durant 2021
(clicks de més de 30 segons a l'streaming)

THL: 97.083
(total hores d'streaming escoltades)

A la carta (podcasts): 24.743 clicks/descàrregues

Usuaris Actius: 5.095 mensuals de mitja
(persones que es connecten cada mes)

Audiència a Spotify

Oients totals: 1.200

Capítols/Programes escoltats: 4.000

Capítols/Programes iniciats: 6.400

1.8. Xarxes Socials

La renovació del lloc web ha anat acompanyada de la reestructuració de tota l'estratègia de difusió a les xarxes socials, establint disciplines de treball clares, escalables i quantificables per tal de créixer quantitativament en número de seguidors i qualitativament en el servei informatiu i d'entreteniment que ofereix l'EMMCT.

Instagram: la força de la imatge amb entre 2 i 3 publicacions màxim al dia, prioritzant els continguts atractius mitjançant la imatge però assegurant també la difusió de continguts d'interès social i cultural. Hem aconseguit el lideratge respecte la nostra competència aquest 2021.

Facebook: el llançament de campanyes promocionades, la cura dels continguts i la disciplina en el llançament diari (entre 10 i 12 al dia) han estat la base per aconseguir un lleuger creixement sostingut en el temps. Hem reforçat el lideratge.

Twitter: Seguim comptant amb un sistema automatitzat de difusió de tots els continguts que publiquem al lloc web, però l'hem reforçat amb millores qualitatives, assegurant sempre la inclusió d'imatge. Molt per davant dels nostres principals competidors, és la xarxa on som més forts.



1.9. Newsletter

Tècnicament ja està confeccionada i compta amb una base de dades de més de 350 subscriptors que s'han aconseguit durant el 2021. El llançament serà durant 2022.

1.10. Premis i guardons 2021

En 2021 hem fet un esforç especial en posar en valor i prestigiar la tasca i la història de la ràdio, que tot just ha celebrat el seu 35è aniversari. Per això s'ha fet un esforç específic en presentar part de la programació i del talent periodístic a diverses convocatòries de premis i guardons, obtenint-se uns resultats molt satisfactoris.

1. *Premi a la Inclusió 2021* (Premis Ràdio Associació de Catalunya 2021): pel programa Tothom.
2. *Premi a Millor Professional* (Premis de Comunicació Local 2021): per la professional Silvia García, tècnica i creadora de continguts històrica de Tarragona Ràdio.
3. *Premis Solidaris 2021* (ONCE Catalunya): pel Tothom, com a projecte de mitjà de comunicació.
4. *Premi a la Transparència Informativa* (Premis de Comunicació Tarragona 2021): pels Serveis Informatius de Tarragona Ràdio, per la cobertura informativa de l'accident d'IQOXE.
5. *Finalistes als premis Mañé i Flaquer 2021*: pel capítol 'L'Esperança, el barri esborrat', del podcast 'Del Passat També es Viu'.

1.11. Activitat audiovisual

Un dels grans reptes de Tarragona Ràdio és el de comptar amb una finestra audiovisual pròpia, sia mitjançant la ràdio visual (o ràdio en colors), sia mitjançant realitzacions *ad hoc*. Sempre tenint present que l'Ajuntament de Tarragona participa de TAC12 i, per tant, no és necessari ni aconsellable encetar un projecte televisiu per part de l'EMMCT, en 2021 hem equipat els estudis amb el material necessari per iniciar les emissions de ràdio per Youtube (tres càmeres



robotitzades a l'Estudi 1 amb sistema d'autoedició, formació interna i adaptació de la imatge de l'Estudi 1 amb pantalla gegant de fons), a més d'haver produït diversos materials audiovisuals en dates assenyalades. L'aposta audiovisual ha estat necessàriament retardada fins 2022 degut als impediments de presencialitat als estudis per les restriccions de la pandèmia de la Covid-19, però en 2022 ja ha tingut lloc l'encesa de càmeres.

1.12. Notes de premsa

Regularització del servei de confecció i enviament de notes de premsa als mitjans de comunicació i entitats de la ciutat amb recursos propis. Informem dels principals esdeveniments i apostes de l'empresa amb regularitat.

1.13. Calendari de programació especial

Gener: Especial primer aniversari de l'accident IQOXE:

Febrer: Especial 35 aniversari Tarragona Ràdio, especial Dia Mundial de la ràdio i especial Carnaval.

Març: Especial Dia Internacional de la Dona Treballadora.

Abril: Especial Recepció als escriptors (Casa de les Lletres- antic Ajuntament), especial Sant Jordi i especial Setmana Santa.

Maig: Presència especial a Fitur, cobertura especial Tàrraco Viva i especial Nit dels Museus.

Juny/ Juliol: especial Prenem el pols a l'estiu.

Agost: especial Prenem el pols a l'estiu, especial Sant Magí, especial Festes majors d'estiu i programa Especial Check-in.

Setembre: programació i cobertura especial durant 15 dies *Santa Tecla*: La ràdio de les Festes.

Octubre: Especial 2n aniversari de l'1 d'Octubre.

Novembre: Seguiment de les conseqüències de la riuada per la tempesta gloria (múltiples directes i especials), especial Diada castellers de la represa i especial 25N Dia contra la violència masclista.

Desembre: especial Dia de la discapacitat, especial *Nadal (Mercat Central)* i cobertura especial des del Parc de Nadal.



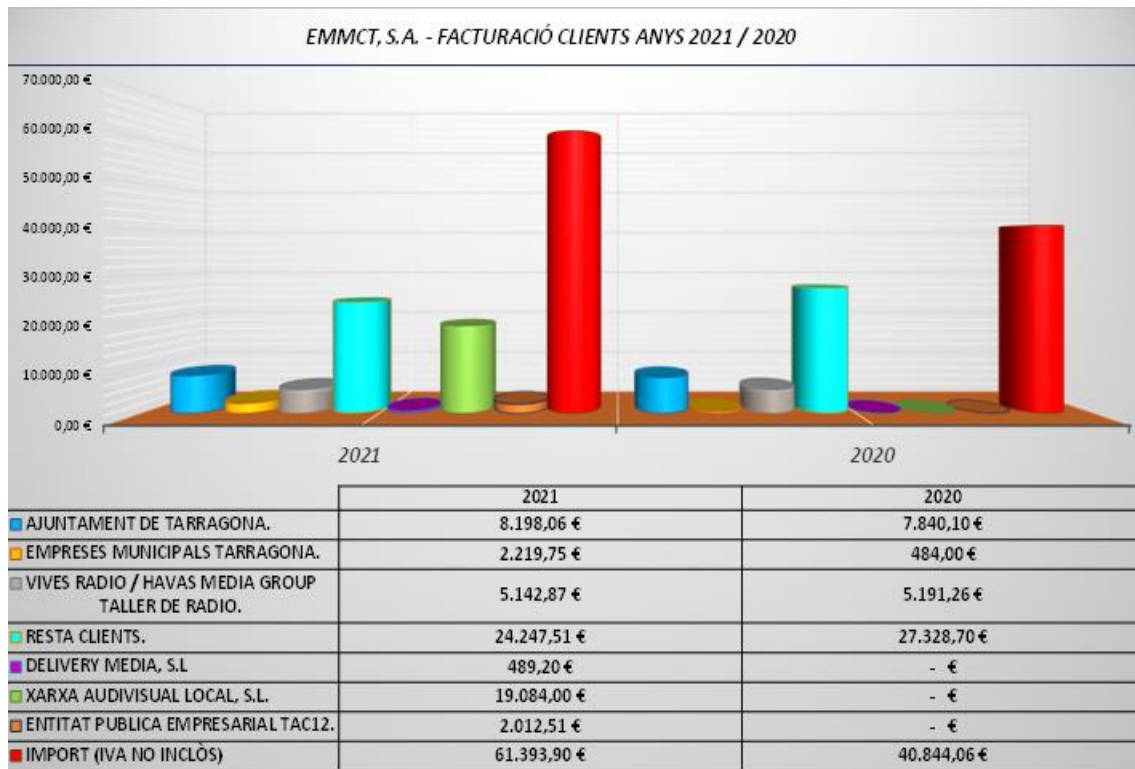
2. INGRESSOS I PUBLICITAT

2.1. Evolució ingressos

La situació general del mercat publicitari a l'Estat espanyol ha patit una forta regressió, especialment en el cas de dels suports tradicionals (premsa, la ràdio i la televisió) i en relació als costos de producció fixes, ja que els tres sectors han patit molt durament les conseqüències de les transformacions en els models de consum d'informació i entreteniment (reducció i envelliment d'audiències), i això ha anat aparellat a una forta davallada en la inversió publicitària. A més, durant el 2020, la caiguda de la inversió publicitària va ser extremadament dura, degut al cop que va suposar la crisi de la Covid-19. Les previsions de les autoritats mèdiques i polítiques feien pensar, durant el darrer trimestre de 2020, que 2021 seria l'any de la recuperació, però la crisi sanitària de la Covid-19 ha seguit colpejant amb duresa i les conseqüències econòmiques no s'han revertit del tot. L'informe anual d'inversió publicitària en el sector de referència, publicat per [Infoadex, situa en menys d'un 8% \(i un 10'8% en el cas del mitjà radiofònic\) l'increment de la inversió publicitària en mitjans durant el 2021](#). És per això que pren tanta rellevància l'estratègia encetada de diversificació d'ingressos que hem seguit a l'EMMCT, que ens ha permès augmentar els nostres ingressos un 52% respecte de 2020.

Durant el 2021, l'EMMCT ha realitzat diferents esforços per regularitzar i optimitzar el seu sistema d'obtenció d'ingressos, de manera que es pugui equilibrar progressivament el seu compte de pèrdues i guanys, millorant així la capacitat productiva de l'empresa, i encetar amb més força el procés de modernització i transformació digital de l'ens.

Durant el 2021, l'empresa ha assolit una clara millora dels seus ingressos, malgrat la situació general d'estancament publicitari i d'inversió en mitjans de comunicació que ha patit el sector, fruit de la pandèmia de la Covid-19 i de la persistència de les mesures restrictives que han patit alguns sectors històricament vinculats a la inversió publicitària en mitjans locals (hostaleria, oci, cultura...).



L'augment d'ingressos de 2021 respecte de 2020 s'enfila a un +52% (augmenta l'import en 21.162,77 euros). Els ingressos publicitaris provinents de clients privats s'han mantingut estables, però s'ha millorat considerablement la relació amb l'Ajuntament de Tarragona i amb el seu sector públic, així com amb TAC12 o La Xarxa Audiovisual Local, l'entrada a la qual és la principal via de nous ingressos per a Tarragona Ràdio. A més, s'han millorat els ingressos provinents de les agències de publicitat i s'han començat a introduir els ingressos per publicitat programàtica al lloc web. Tot plegat, en una situació d'estancament dur durant el primer semestre de l'any però que s'ha pogut remuntar arran de la licitació dels serveis comercials i la progressiva regularització de tots els processos de venda i comercialització. Cal tenir en compte també l'estalvi en honoraris i en comissions comercials assolit, de 5.912,82 € respecte de 2020 i respecte d'uns ingressos molt majors.

ANY	FACTURACIÓ	COMISSIONS	PERCENTATGE
2021	61.393,90 €	418,76 €	0,68%
2020	40.844,06 €	6.331,58 €	15,50%

En l'àmbit tant dels ingressos com de les despeses comercials, les principals accions es detallen en els punts subsegüents.



2.2. Liquidació de sistema comercial irregular

L'EMMCT estava patint un estancament comercial durant els últims anys, agreujat amb la crisi de la Covid-19 de 2020 i que s'ha allargat tot el 2021, fruit d'un sistema de contractació deficient i irregular. Aquesta situació ha estat completament liquidada i s'ha procedit a licitació dels serveis comercials.

2.3. Licitació de Serveis Comercials externs

La societat ha tancat la licitació dels seus serveis comercials durant el segon semestre de 2021, la qual cosa ha permès treballar de forma molt més competitiva i eficient, regularitzant tots els sistemes de venda i comissions, de forma pública i transparent, regulada en el plec tècnic de la licitació, i mitjançant un sistema d'incentius i penalitzacions segons objectius. La licitació es va fer de forma conjunta amb TAC12, dins el marc de l'estratègia d'enfortiment de relacions del sector públic de la comunicació a la ciutat. L'EMMCT no assumeix cap cost fixe en cas de no assolir-se uns objectius mínims i, a més, el sistema de comissionat és proporcional al volum de la venda, segons la taula preestablerta que figura en els plecs tècnic i administratiu.

QUANTITAT PUBLICITAT CONTRACTADA (MENSUAL)	COST FIX
0 € - 2.500 €	0 €
2.501 €	250 € + IVA

QUANTITAT PUBLICITAT CONTRACTADA (MENSUAL)	INCENTIU
0 € - 2.500 €	0%
2.501 € - 5.000 €	10%
5.001 € - 10.000 €	15%
A PARTIR DE 10.001 €	20%

2.4. Diversificació d'ingressos

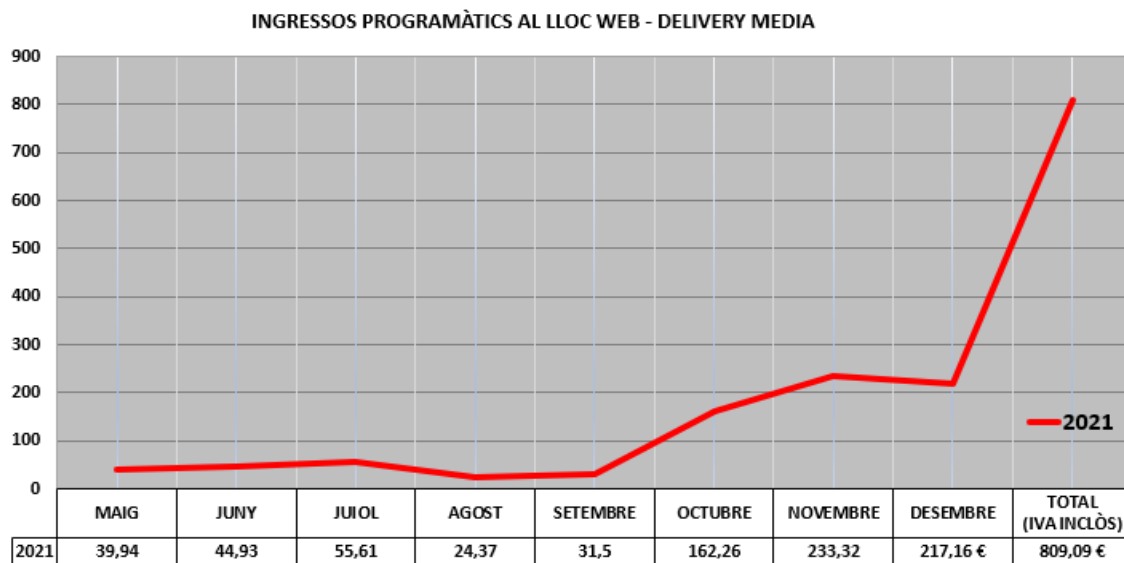
Una de les principals línies del treball realitzat per millorar la situació financera de l'empresa ha estat diversificar les fonts d'ingressos de l'EMMCT, fins ara centrades de forma gairebé exclusiva en la venda de



publicitat mitjançant falques a l'FM i puntualment baners al lloc web. L'EMMCT ofereix una cartera més àmplia de serveis al sector públic (altres mitjans, centres cívics, institucions científiques, La Xarxa, etc.), en forma de podcasts en coproducció, cursos i tallers de ràdio o elaboració i presentació de continguts, entre d'altres. Això ha suposat l'entrada de 26.676,78 euros (IVA inclòs).

2.5. Innovacions en la venda de publicitat

Publicitat programàtica - display: Més enllà de la venda d'espais publicitaris al web per la cartera de clients a la qual ens dirigim hem establert un sistema estàndard de publicitat programàtica a www.tarragonaradio.cat per primer cop des que aquesta existeix, la qual cosa ens permet obtenir ingressos pel servei *display* de baners en diferents posicions i en rotació.



Actualització de tarifes: les tarifes amb les quals treballava Tarragona Ràdio fins el 2021 estaven molt allunyades de la realitat del treball del dia a dia, venent-se les falques a un preu molt per sota de l'oficial, a més de ser excessivament simple i poc adequat a la realitat de les noves tècniques de venda. Per això, hem aprovat un sistema amb preus oficials adequats al mercat i que inclou innovacions en les estratègies de venda.



2.6. Relació amb l'Ajuntament de Tarragona

Durant aquest 2021 hem reforçat la relació amb la institució pública municipal, amb un espai bilateral d'intercanvi que ens permet equilibrar el volum de campanyes a cost zero per l'Ajuntament de Tarragona i com a mitjà propi del mateix (campanyes d'interès social i estratègic, principalment) i el volum de campanyes amb preu rebaixat (30% de descompte, segons tarifes públiques aprovades) per diferents departaments i organismes municipals. També establím relacions d'intercanvi de serveis en aquest marc de treball.

2.7. Agències de publicitat

El treball amb les agències ha estat especialment costós, però mitjançant els serveis comercials externs, principalment, s'ha aconseguit augmentar el volum d'ingressos i aplicar un criteri comú: totes les agències de contractació de publicitat treballen amb un 10% de descompte amb els seus clients en les ofertes referents a Tarragona Ràdio.

2.8. Regularització del procediment de comandes comercials

Durant 2021 s'ha regularitzat el procediment de comandes comercials, establint un protocol clar i documentat del flux de treball en el qual intervenen els serveis comercials externs, el departament d'administració i comptabilitat i el departament tècnic i de continguts, sota la supervisió de gerència.

2.9. Renovació de veus publicitàries

Hem renovat totes les veus publicitàries de Tarragona Ràdio, apostant per minimitzar la coincidència entre les veus que fan programació pròpia (informatius, cultura, música, etc.) de les veus que locuten les falques publicitàries o promocionals. Una forma d'avançar en la professionalització del servei tant de cara al client com de cara a l'oient.



3. GESTIÓ ADMINISTRATIVA

3.1. Estalvi amb proveïdors

Gràcies al seguiment dels contractes i anàlisi exhaustiu de les despeses que teníem amb l'empresa de telefonia fixa, l'EMMCT ha recuperat l'import de 12.108,36€.

S'han continuat donant de baixa taxes, quotes i contractes de serveis que actualment no necessitem. En conseqüència i per tot plegat, el departament estima un estalvi global durant aquest exercici superior als 17.545€.

3.2. Regularització de processos

Durant l'any 2021 s'han establert nous mètodes de control de d'execució dels contractes, tal com la plantilla de seguiment del contracte de neteja per poder avaluar la prestació del servei abans d'una hipotètica pròrroga. També s'ha millorat la comunicació amb els serveis comercials licitats realitzant un seguiment exhaustiu de les ordres de publicitat.

3.3. Procés nou Cap d'Administració:

El 23 d'agost de 2021 es va incorporar el nou Cap d'Administració cobrint així la vacant disponible des del 2020 com a conseqüència de l'acomiadament disciplinari de l'anterior responsable.

3.4. Informe Jurídic + Informe CEPRAN

Arran de la petició d'informació i documentació a l'EMMCT esdevinguda per una investigació judicial per la via penal, així com de la petició d'informació a l'EMMCT amb la mediació de la GAIP, l'EMMCT va encarregar a serveis jurídics externs l'elaboració d'un informe de riscos ètics, penals i administratius. El 26 de novembre de 2021 el Consell d'Administració de l'EMMCT aprova per majoria absoluta donar trasllat de l'informe inicial a la Fiscalia Provincial de Tarragona. El 10 de desembre de 2021 es va donar entrada al document a la Fiscalia Provincial de Tarragona.



3.5. Transparència i Pla d'Acció d'Alcaldia

S'ha creat i publicat una nova seu electrònica pròpia: <https://www.seu-e.cat/ca/web/emmct>

S'ha tancat 2021 atenent i executant totes les accions i mesures de correcció encomanades en el Pla d'Acció d'Alcaldia.

3.6. Formació, PRL i RR.HH.

Davant el creixement exponencial del consum de productes audiovisuals per part de la ciutadania durant la pandèmia, l'empresa ha impulsat la formació en edició digital i muntatge de vídeos. També formació en igualtat.

La Covid19 ha suposat un abans i un després en l'organització del treball. Per aquest motiu l'EMMCT ha fet un esforç extraordinari per garantir la seguretat de l'equip facilitant el teletreball, així com presencialment implantant protocols de seguretat i prevenció. En els moments de màxima incidència, s'han facilitat també proves PCR i tests d'antigen per tal de garantir el servei públic essencial que presta l'EMMCT i preservar la salut de la plantilla.

També es va encarregar l'informe de riscos psicosocials per conèixer com es troba la plantilla respecte a l'empresa i el seu entorn laboral.

3.7. Accions per la Igualtat i la Diversitat

Diversitat en la visibilitat: major equilibri de gènere en la visibilitat de cara al públic a l'FM, podcasts, web...

Equiparació salarial per igualtat: regularització de situacions de desequilibri salarial

Cobertures especials: inclusió de dues dates assenyalades com a prioritàries per a programació especial, amb el 25-N i el 8-M i amb la Setmana dels Drets Humans.

Directrius generals: crides específiques per augmentar la presència de veus femenines en tots els continguts que es fan.



Programes/Podcast específics: S'han contractat dos programes específics de caràcter setmanal vinculats al foment de la igualtat i la diversitat cultural. Manteniment de programa sobre diversitats i altres capacitats.

Castells: aposta per programació castellera liderada per veus femenines i de gran rigor professional.

Atenció Pla d'Igualtat: especial atenció al Pla d'Igualtat aprovat per Consell d'Administració, havent-se establert el 31 de desembre de 2022 com a data límit per haver aplicat totes i cadascuna de les mesures que s'hi detallen.

Mesures davant de possibles casos i situacions d'assetjament: s'han establert mecanismes d'atenció directa i confidencial a tot el personal que vulgui denunciar qualsevol cas o situació.

Posicionament públic: Tarragona Ràdio ha tingut un posicionament públic a favor de la igualtat i del foment dels feminismes com a part dels seus deures en la pedagogia i la creació de consciència col·lectiva.

Publicitat gratuïta: S'han establert espais gratuïts de difusió de falques i baners provinents de la Conselleria de Feminismes i Igualtat.

Setmana Drets Humans – Dia dels Migrants: accions especials a l'FM i al lloc web amb motiu de la Setmana dels Drets Humans i dels Migrants.

Formació amb perspectiva de gènere: S'ha informat a tota la plantilla de tots els cursos vinculats a temàtiques d'igualtat, feminismes i LTBIQ+ que ofereix de forma gratuïta la Conselleria d'Igualtat i Feminismes de l'Ajuntament de Tarragona.



4. ESTATS COMPTABLES

A la memòria s'adjunta la informació financera i econòmica de l'empresa així com l'explicació detallada del seu contingut amb les corresponents comparatives respecte a l'exercici anterior.

Cal apuntar que aquest resultat positiu, ha sigut en gran part per l'augment dels ingressos en un 52 % respecte l'any passat .

4.1. Compte de resultats 2021

El resultat comptable corresponent a l'exercici 2021 presenta un resultat de 10.717,46 € positiu, el qual es proposa la següent aplicació:

RECONEGUTS CORRESPONENT A L'EXERCICI 2021	
BASE DE REPARTIMENT	
Saldo del Compte de Pèrdues i Guanyes	10.717,46
TOTAL BASE DE REPARTIMENT	10.717,46
APLICACIÓ	
A Reserva Legal	1.071,74
A compensar resultats negatius exercicis anteriors	9.645,72
TOTAL APLICACIÓ	10.717,46

Balanc de situació 2021:

	2020	2021
Patrimoni net	397.608,39	427.071,73
Fons propis	397.330,87	408.048,33
Fons de maniobra	51.761,47	72.632,76

El balanç presenta una estructura equilibrada en quant a la comparació de les diferents masses patrimonials. L'empresa no té endeutament bancari i la posició de tresoreria li permet fer front sobradament al compromisos de pagament que es reflecteixen al passiu corrent.



Cal dir que el patrimoni net de la societat està per sobre del 50% de la xifra de capital social que marca l'article 363 el RDL 1/2010 per als supòsits de dissolució i de llindar del 66% descrit a l'article 327 del mateix RDL que descriu els supòsits de reducció de capital obligatòria.

4.2. Altres aspectes rellevants

Es posa de manifest que la societat no posseeix accions pròpies, als efectes del que preveu l'art. 136 i següents de la Llei de Societats de Capital ni activitats de I+D.

Respecte a la normativa de morositat i el període mig de pagaments es troben inclosos a la memòria de l'exercici, en concret a la nota 16.



5. FETS POSTERIORS I PREVISIONS D'ACTIVITAT 2022

5.1. OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- Posicionar al mercat el portal web de Tarragona Ràdio com el mitjà de comunicació local de referència sent capaços de competir en l'àmbit digital amb la resta de mitjans locals consolidats en aquest mercat.
- Convertir el nostre catàleg podcàsting en la principal font d'informació i d'entreteniment d'àudio a la carta en clau local.
- Renovació i creixement de continguts informatius i d'entreteniment del 96.7 FM, columna vertebral de la producció de continguts de Tarragona Ràdio.
- Creixement qualitatiu i quantitatiu de les nostres Xarxes Socials (Facebook, Instagram i Twitter) i del trànsit a la web www.tarragonaradio.cat
- Arrancar l'estratègia "audiovisual" posposada per la pandèmia de la Covid19, tant en clau de màrqueting de continguts com de producció pròpia de mínims, mitjançant clips de promoció dels continguts emesos en FM i stremaings per canals com Youtube o Twitch.
- Millora i optimització de l'explotació comercial mitjançant licitació conjunta amb TAC12, aprofitant les dates clau en el calendari comercial (Nadal, Santa Tecla, etc.), amb accions comercials al carrer i a través de l'explotació de noves propostes comercials i de continguts, a la recerca de nous perfils de clients i adaptant-nos a les actuals necessitats del mercat.

5.2. INVERSIONS PREVISTES

Actualment, per l'any 2022 preveiem un seguit d'inversions necessàries per:

- Adaptar les instal·lacions en quant a l'obsolescència i l'eficiència energètica.
- Donar compliment a les recomanacions i/o accions correctores esdevingudes de diferents auditories relatives a la prevenció de riscos laborals al lloc de treball.
- Donar compliment a les recomanacions i/o accions correctores esdevingudes en el Pla d'Igualtat.
- Potenciar la formació laboral en cursos de primers auxilis.
- Potenciar la formació laboral en TIC i nous models de consum d'informació i entreteniment.



- Adaptar les instal·lacions als nous formats de comunicació audiovisual i imatge corporativa.
- Incrementar la capacitat de l'empresa en producció audiovisual davant els nous models de consum d'informació i de màrqueting de continguts que s'imposen en el mercat de la comunicació local digital.
- Millorar la usabilitat i UX dels usuaris de www.tarragonaradio.cat i, especialment, de la seva App mòbil.
- Dotar els equips tècnics i periodístics de tota la infraestructura necessària d'emissió i per renovar equipaments obsolets.

Totes les inversions seguiran els procediments i criteris de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic. El període de recuperació i la rentabilitat de les inversions dependrà en gran mesura del grau d'execució i assoliment dels nostres objectius, de l'evolució de l'economia i el consum, així com dels plans estratègics de comunicació dels nostres clients.

5.3. INDICADORS DE QUALITAT

- **Programació FM 96.7 Tarragona**

Objectiu: Créixer, consolidar i captar nous oients i clients.

Indicadors

- Consolidació de 10 nous programes FM 2021 (butlletins, Xarxa, podcasts i nous FM);
- 6 Productes procedents d'FM distribuïts a plataformes de podcasting, i viceversa.
- Evolució de les estadístiques d'audiències FM

- **Podcasts**

Objectiu: Esdevenir el referent local en el podcasting de qualitat.

Indicadors

- 5 podcasts nadius de qualitat carregats en plataformes de distribució
- 10.000 descàrregues generals de podcasts a Enacast i Spotify
- Evolució del nivell de satisfacció i coneixement de la població local



- Mitjà digital (www.tarragonaradio.cat)

Objectiu: Posicionar-nos en el mercat dels mitjans digitals d'informació local.

Indicadors

- 100.00 usuaris lloc web
- 300.000 pàgines vistes
- 20 Publicacions al dia al lloc web

- Audiovisual

Objectiu: Arrancada estratègia de màrqueting i productes audiovisuals.

Indicadors

- 10 productes de màrqueting FM i podcast
- 5 produccions originals (promoció, informació i/o entreteniment)
- 2 productes periòdics en *streaming*

- Serveis externs

Objectiu: Generar ingressos per l'oferta de serveis d'informació i entreteniment.

Indicadors

- 2.000 €/mes de facturació
- 2 productes venuts (coproduccions de podcasts o programes i altres)

- Venda i comercialització d'espais publicitaris i de patrocini

Objectiu: Augmentar els ingressos publicitaris.

Indicadors

- 80.000 € en facturació publicitària FM

- Twitter, Facebook, Instagram i altres.

Objectiu: Consolidació i creixement de l'estratègia a XX.SS. i comunicació externa.



Indicadors

- 30.000 seguidors a Twitter, Facebook, Instagram
 - 12 newsletter llançades al llarg de 2022
 - 24 NdP llançades al llarg de 2022
-
- Treball amb entitats, TAC12, Aj. de Tarragona, accions al carrer i altres.

Objectiu: Integració en el teixit social i cultural de Tarragona i amb el sector públic.

Indicadors

- 10 accions al carrer
- 12 accions publicitàries gratuïtes regulades (ONG, Ajuntaments, etc.)
- 3 productes amb TAC12, La Xarxa o d'altres serveis públics.



Signat pel Consell d'Administració

Presidenta:

SRA. PAULA VARAS I GONZÁLEZ

Vice-presidenta:

SRA. MARIA JOSÉ LÓPEZ I GARCÍA

Vocals:

SRA. PATRICIA BOTEZ I VOICU

SRA. LORENA DE LA FUENTE VILALTELLA

SR. CARLES FARRÉ I BRULL

SRA. M^a DEL CARME MAS I MORILLAS

SRA. MARIA YOLANDA ESPALLARGAS PASCUAL SR. ANTONIO GARCÍA AGUILAR

SRA. LAURA QUIÑONES LÓPEZ

SR. ALBERT PUÑET BLANCO

SR. ORIOL VÁZQUEZ TARRIDA

SR. JOSEP RAMON TULES

SRA. M^a CRISTINA CAMPOS ÁLVAREZ

SRA. NAGLAE SAH EL KAYA