



## **Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares**

**Servicio de Asesoría en Audiencias y Análisis de  
Contenidos para Radio Televisión Madrid, S.A.U.**

27-junio-2019

Departamento de Investigación de Audiencias de  
Radio Televisión Madrid, S.A.U.

## **1. OBJETO DEL CONTRATO**

El objeto de la presente licitación es la contratación por parte de Radio Televisión Madrid, S.A.U., en adelante RTVM, de la asesoría sobre audiencias, programación y contenidos con el objetivo de profundizar en el conocimiento de la oferta y oportunidades de Telemadrid y su relación con los principales canales de la competencia, en los siguientes ámbitos de análisis:

1. El minutado diario de la producción propia de Telemadrid (informes diarios de descripción de contenidos y su audiencia correspondiente).
2. Un análisis mensual de la situación de la oferta, audiencia y competencia de Telemadrid, acerca de temáticas concretas definidas previamente por la Cadena (un informe cada mes).
3. Una investigación cualitativa acerca de la imagen de Telemadrid y de sus programas más relevantes descritos en el apartado 3.3 (informe anual).

Es requisito imprescindible que todos los licitadores sean suscriptores de los datos de audiencia de Kantar Media, con objeto de añadir los indicadores oficiales de audiencia a las descripciones minuto a minuto de los programas.

## **2. NECESIDAD Y FALTA DE MEDIOS PROPIOS**

Para desarrollar su estrategia de producción y programación de contenidos, RTVM necesita contar con información y análisis específico y detallado sobre las audiencias de sus programas, con especial atención a los contenidos nuevos -estrenos- y a aquellos espacios que poseen una especial relevancia en la oferta de la cadena.

En la actualidad, RTVM no dispone de recursos técnicos ni humanos para atender todas las necesidades de información de la Dirección de Contenidos de la Cadena durante los próximos doce meses, que corresponden a la planificación y desarrollo de la temporada televisiva 2019-2020.

En consecuencia, RTVM precisa contratar a una consultora externa especializada en este tipo de estudios, que proporcione periódicamente a RTVM la información necesaria para ayudar a la toma de decisiones estratégicas.

Por ello, RTVM invita a las principales consultoras de televisión del país a presentar propuestas en relación a los servicios descritos en el presente Pliego.

### 3. CONTENIDO DEL SERVICIO

#### 3.1. Minutado diario de la producción propia de Telemadrid

##### A) Descripción del servicio:

Minutado diario de la producción propia -programas diarios y semanales- de Telemadrid, con la descripción del contenido y la indicación de la audiencia obtenida en el ámbito de la Comunidad de Madrid.

Los programas de producción propia que se emiten en la actualidad son los siguientes, aunque la propuesta deberá ser flexible ante cualquier posible cambio durante los meses de vigencia del contrato:

-Magazine en el 'access' de sobremesa ('120' Minutos).

-Magazine de tarde 1 ('Está Pasando').

-Magazine de tarde 2 ('Madrid Directo'). (El minutado deberá cubrir las posibles emisiones de los dos magazines de tarde en los fines de semana).

-Programas de producción propia en 'prime time' (máximo tres programas).

Se valorará que el licitador realice, durante el año de vigencia del contrato, hasta cuatro informes especiales de minutado de los informativos de Telemadrid con motivo de situaciones excepcionales, como elecciones u otros acontecimientos de gran impacto social.

##### B) Metodología:

La metodología del minutado diario tendrá en cuenta las variables de identificación de cada pieza, noticia o segmento significativo de contenido de las emisiones de Telemadrid que son objeto de análisis: hora de emisión y duración, temática general y específica, formato dominante, actores o protagonistas que intervienen, instituciones o entidades implicadas, cortes publicitarios, y cualquier otra variable que Telemadrid determine como relevante.

La codificación y descripción de cada pieza de contenido irá acompañada de sus correspondientes indicadores básicos de audiencia, a partir de los datos de Kantar Media referidos al ámbito de Madrid.

##### C) Medios personales y materiales:

Un **responsable del equipo de visionado y minutado de los programas**, encargado igualmente del control de calidad y de facilitar los resultados diarios a RTVM a través de

una herramienta 'online'. Las funciones de este profesional pueden incluir la interlocución con Telemadrid en lo referente a esa parte del servicio. Dicho responsable contará con estudios superiores relacionados con el sector audiovisual (comunicación, sociología o investigación de mercados), así como con una experiencia de al menos cinco años en funciones semejantes a las solicitadas.

Un equipo de trabajo que garantice el servicio a lo largo de la duración del contrato, formado por **analistas especializados en el visionado y análisis de contenidos televisivos**. Estos profesionales contarán con formación superior relacionada con el sector audiovisual y una experiencia laboral de al menos tres años en funciones semejantes.

La infraestructura técnica suficiente para la grabación, análisis y etiquetado de los programas, así como para la integración de la información de audiencia y su volcado a una base de datos que acumule y procese la agregación de los resultados diarios, de modo que facilite la consulta de dichos datos al personal de RTVM.

#### D) Entrega de resultados:

La integración diaria del minutado y audiencias se facilitará a Telemadrid al día siguiente al de la emisión de los programas, como máximo a las 10:00 horas de la mañana, mediante una plataforma 'online' que permita a RTVM la descarga de los datos y la distribución interna de la información. Los lunes se facilitarán los minutos de los programas del fin de semana analizado.

Los datos diarios de cada programa incluirán: la curva general de evolución de la cuota de pantalla de la emisión y un resumen gráfico de sus principales secciones o bloques de contenido, previo acuerdo con los criterios de RTVM (tiempos de emisión, audiencias y comparativa básica con los principales canales competidores), así como los targets de la franja en cuestión.

Los resultados diarios deben ser acumulables en una base de datos que permita obtener, de forma 'online', información agregada (semanal, mensual, trimestral) de tiempos de emisión y audiencias, según las principales variables utilizadas en el análisis de contenidos.

### 3.2. Análisis mensual de la situación de la oferta, audiencia, y competencia de Telemadrid

#### A) Descripción del servicio:

Elaboración de un estudio mensual de consultoría -análisis y recomendaciones- sobre distintos aspectos de la situación y evolución de Telemadrid en el escenario televisivo: sus programas más destacados, franjas de programación, tipos de público más

significativos, afinidades, evolución de distintos indicadores a medio plazo, resúmenes de año o temporada y tendencias globales del mercado audiovisual.

#### B) Metodología:

Para la realización de los informes mensuales, el adjudicatario utilizará los datos estándar de la investigación de medios -Kantar Media, Estudio General de Medios- y cualquier otra fuente de datos que se considere de interés para el objetivo de los análisis.

Se valorará el uso de herramientas y fuentes de investigación propias del licitador que puedan aportar información valiosa a los intereses de Telemadrid.

Asimismo será valorada cualquier propuesta de herramientas de tipo 'big data' que permita a Telemadrid afinar y mejorar la interpretación de los resultados del minutado y de las audiencias de Kantar Media.

Aunque RTVM decidirá el contenido concreto de cada informe mensual, el adjudicatario propondrá un guion previo de estos estudios 'ad hoc', cuyo contenido concreto será adaptado y definido cada mes -en función de las necesidades de información- en colaboración con el Departamento de Investigación de Audiencias de la cadena.

#### C) Medios personales y materiales:

Los informes mensuales de consultoría serán redactados por profesionales especializados en la investigación de audiencia y contenidos y en la consultoría en televisión, lo que presupone que dispone de acceso a las fuentes de información de referencia en el mercado.

Para el desarrollo de esta función se requiere la figura de un **responsable de los informes mensuales** que ejercerá de interlocutor con el equipo de RTVM.

Se valorará que este responsable de los informes mensuales posea titulación superior y una experiencia superior a diez años en la elaboración de informes sobre el sector audiovisual.

Asimismo se valorará que este profesional o alguno de los miembros de su equipo de trabajo acrediten formación matemática, necesaria para tareas como el análisis constante del panel de audímetros, así como para los análisis de tipo 'cross media' y 'big data'.

#### D) Entrega de resultados:

El responsable de los informes mensuales realizará una presentación personal de los principales resultados en la sede de Telemadrid, en la que aportará la documentación relativa a cada estudio.

Se tendrá en cuenta cualquier estudio aportado que añada valor a estos análisis mensuales.

### 3.3. Investigación cualitativa de la imagen de Telemadrid y sus programas más relevantes

#### A) Descripción del servicio:

Diseño y realización de un estudio cualitativo (una entrega anual), realizado mediante la técnica de los 'grupos de discusión', acerca de la percepción que tienen distintas tipologías de espectadores acerca de la imagen de Telemadrid, su evolución reciente, sus programas más relevantes (informativos y magazines de actualidad, transmisión de eventos sociales o documentales) o sus valores como servicio público.

La definición concreta del contenido del estudio será indicada por Telemadrid con un preaviso mínimo de un mes antes de su inicio, donde se entregará el 'briefing' oportuno al profesional responsable de la investigación.

En cualquier caso, el estudio se realizará y será presentado dentro de la anualidad de vigencia del contrato.

#### B) Metodología:

La investigación cualitativa se basará en la organización de al menos 4 grupos de discusión físicos -no virtuales- realizados en la Comunidad de Madrid, con participación de 6-8 personas por grupo que presenten la mayor diversidad sociodemográfica posible o aconsejable en función de los objetivos del estudio. Las sesiones de discusión de los grupos tendrán una duración estándar de 90-120 minutos.

Telemadrid acordará con el adjudicatario las fechas más oportunas, así como el guion concreto de temas tratados por los grupos, en el momento preciso de afrontar la investigación. El director técnico del estudio será el interlocutor de Telemadrid en este apartado del servicio.

Como es habitual en la contratación de este tipo de estudios, y como garantía de control de calidad, las grabaciones y transcripciones de las reuniones serán facilitadas a RTVM. Adicionalmente, el personal de RTVM implicado en el estudio tendrá acceso al desarrollo de las sesiones de discusión y en el desarrollo del trabajo de campo.

Será valorada cualquier propuesta de mejora en la profundidad o extensión del estudio cualitativo, por ejemplo el incremento en el número de estudios ofertados o el aumento

del número de grupos de discusión organizados y analizados, así como la aportación de otros estudios de naturaleza cualitativa.

C) Medios personales y materiales:

El estudio cualitativo ha de ser dirigido, gestionado, realizado y presentado por un **profesional especializado en técnicas de investigación cualitativa**, que poseerá titulación superior en psicología, sociología o investigación de mercados.

Se valorará su experiencia, que deberá ser de al menos diez años, en este campo.

Este profesional será también el interlocutor de Telemadrid para las tareas de planificación, desarrollo y presentación del estudio cualitativo.

Todos los costes de captación, organización y desarrollo de los 'focus groups' serán por cuenta del adjudicatario, quien deberá contar además con todas las autorizaciones oportunas de las personas participantes.

D) Entrega de resultados:

Los resultados del estudio cualitativo se presentarán a Telemadrid antes de la finalización del año durante el que se realizará la prestación del servicio.

Las conclusiones serán presentadas a Telemadrid por el profesional responsable del diseño y ejecución del mismo, además de aportar la documentación pertinente.

#### 4. ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS PERSONALES Y MATERIALES

El adjudicatario deberá adscribir a la ejecución del contrato al menos los siguientes medios personales y materiales. Se valorará cualquier propuesta que mejore la amplitud o eficiencia de los mismos:

- Un (1) **responsable general del servicio** que será el interlocutor con la Dirección de RTVM, con experiencia probada de al menos diez años en la gestión de trabajos de consultoría similares.

A) Minutado diario de la programación propia de Telemadrid:

- El adjudicatario contará en sus instalaciones con un equipo humano y técnico suficiente para producir, elaborar y presentar de modo 'online' a RTVM el suministro diario del minutado de sus programas de producción propia.

- Un (1) **responsable del equipo de visionado y minutado de los programas**, que contará con formación superior relacionada con el sector televisivo y una experiencia de al menos cinco años en la función de supervisión y control de calidad. Este responsable puede ejercer asimismo la función de interlocutor con RTVM para los temas prácticos que afecten al servicio de minutado.

- Un equipo de **analistas especializados en el visionado y análisis de contenidos televisivos**, cuyos miembros deben acreditar formación en comunicación audiovisual, así como una experiencia de al menos tres años en el análisis detallado de los programas de TV y en el manejo de las herramientas de datos de audiencia de Kantar Media.

En el caso de utilización de herramientas automáticas de identificación de contenidos, será imprescindible que el responsable del equipo de visionado y los analistas especializados supervisen el proceso y efectúen el control de calidad.

B) Análisis mensual de la situación de la oferta, audiencia, y competencia de Telemadrid:

El licitador asignará al servicio un (1) **responsable de los informes mensuales**, especializado en análisis del mercado televisivo y en la investigación de audiencia y contenidos, que será asimismo el interlocutor con Telemadrid en lo referente a los informes periódicos. Este profesional, de titulación superior, tendrá una experiencia de al menos diez años en investigación de audiencias y contenidos y en análisis del funcionamiento del sector televisivo.

Dicho perfil profesional tendrá acceso en su empresa a las herramientas y fuentes de datos, de carácter público o privado, necesarias para cubrir el objetivo de esta tarea.

C) Investigación cualitativa de la imagen de Telemadrid y sus programas más relevantes:

La consultora prestadora del servicio asignará a esta tarea un (1) **profesional especializado en técnicas de investigación cualitativa**, con titulación superior en psicología, sociología o investigación de mercados y al menos diez años de experiencia en la gestión integrada de estudios cualitativos. Esta persona será también el interlocutor de Telemadrid para las tareas de planificación, desarrollo y presentación del estudio.

Se valorará cualquier oferta de ampliación de la profundidad o extensión de la investigación cualitativa.

## 5. PENALIZACIONES

Con respecto del servicio de minutado diario de la programación, los retrasos de más de tres horas en la hora estimada de recepción de los resultados diarios serán objeto de



penalización, siempre que no sean imputables a factores ajenos al adjudicatario (p.ej. retraso en los datos de audiencia de Kantar Media). Cada acumulación de cinco retrasos en la entrega será penalizada con un 1% del importe total del contrato anual.

## 6. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

### 6.1. Criterios subjetivos

Número	Criterio	Ponderación
1	<b>Plan de trabajo.</b> Se valorarán la calidad y el detalle del Plan de trabajo propuesto por el licitador para implantar los procesos objeto del servicio. Se puntuará con hasta 5 puntos al licitador que presente el Plan de trabajo más desarrollado y al resto de forma proporcional.	Hasta 5 puntos
2	<b>Metodología.</b> Se valorará el rigor metodológico propuesto para cada una de las tres secciones del servicio de consultoría. Se puntuará con hasta 5 puntos al licitador que presente las metodologías más eficientes para cumplir los objetivos del servicio y al resto de forma proporcional.	Hasta 5 puntos
3	<b>Organización general del servicio y medios materiales.</b> Se valorará el nivel de detalle en la descripción de las actividades previstas para cubrir los objetivos del servicio comprometido, así como los medios técnicos y/o materiales que se asignarán. Se puntuará con hasta 5 puntos al licitador que presente la mejor organización del servicio y los mayores recursos técnicos y al resto de forma proporcional.	Hasta 5 puntos
4	<b>Equipos de trabajo.</b> Se valorará la descripción de los medios humanos aportados para garantizar el servicio, la cualificación profesional de los responsables y equipos de trabajo, con especial incidencia en la especialización y conocimiento de las materias objeto del presente pliego, así como su dimensionamiento. Se puntuará con hasta 5 puntos al licitador que incremente la adscripción de equipos de trabajo y de cualificación sobre los señalados y al resto de forma proporcional.	Hasta 5 puntos
5.1	<b>Mejoras:</b> -Propuesta de herramientas de tipo 'big data' que permita a Telemadrid afinar y mejorar la interpretación de los resultados del minutado y de las audiencias de	Hasta 5 puntos

	Kantar Media (análisis transversales de las variables a lo largo del tiempo). Se puntuará con hasta 5 puntos al licitador que presente la mejor propuesta y al resto de forma proporcional.	
5.2	-Propuesta previa de informes mensuales cuyo enfoque o contenido puedan añadir valor a la información recibida. Se puntuará con hasta 5 puntos al licitador que presente la mejor propuesta y al resto de forma proporcional.	Hasta 5 puntos

## 6.2. Criterios objetivos

Número	Criterio	Ponderación
6	<b>Acceso 'online' a los resultados del minutado diario.</b> Uso de herramientas web que faciliten el acceso 'online' de RTVM a los datos diarios y acumulados. Obtendrán 5 puntos los licitadores que oferten en su propuesta un acceso 'online' a los resultados del minutado diario y 0 puntos los que no lo oferten.	Hasta 5 puntos
7	<b>Aportación de fuentes de investigación propias por parte del licitador.</b> Obtendrán 10 puntos los licitadores que oferten en su propuesta fuentes de investigación propias que aporten información adicional sobre las audiencias y contenidos de RTVM y 0 puntos los que no la oferten.	Hasta 10 puntos
8	<b>Propuesta de mejora en el minutado de informativos en situaciones especiales (p.ej. elecciones o eventos de alto interés social).</b> Obtendrán un máximo de 10 puntos los licitadores que oferten 4 análisis especiales sobre programas informativos, valorándose con 2,5 puntos uno de los análisis adicionales, y 0 puntos los que no oferten ninguno.	Hasta 10 puntos
9	<b>Propuesta de mejora en la extensión del estudio cualitativo.</b> -El licitador que proponga en su oferta un incremento en el número de estudios cualitativos ofertados sobre los señalados en el presente Pliego obtendrá 5 puntos por un estudio adicional y 0 puntos si no oferta ningún estudio adicional.	Hasta 5 puntos

## **7. DURACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO**

La duración de los servicios abarcará un periodo de doce meses a partir de la formalización del contrato.

El contrato de servicios es prorrogable un año más, a decisión de RTVM, hasta un máximo de dos (2) años.

## **8. PRECIO**

El precio máximo que se establece para el servicio (un año) asciende a un importe total de SESENTA MIL EUROS (60.000 €) más IVA.

La cantidad que figura en el párrafo anterior constituirá exclusivamente el presupuesto del pedido; tanto en él como en la oferta aprobada se entienden incluidas las tasas, a excepción del IVA; así como todos los gastos que la empresa adjudicataria deba realizar para el normal cumplimiento de las prestaciones contratadas como son los generales, financieros, beneficio, transportes y desplazamientos, honorarios del personal a su cargo, gastos de redacción de documentos, seguro de responsabilidad civil, Seguridad Social, honorarios de colaboradores y otros proveedores, gastos de alojamiento y/o manutención y cualquier otro que se derive de la ejecución del servicio o que resulte imprescindible o conveniente.

Dicho precio incluirá también los desplazamientos y permanencias en la sede de Telemadrid, así como los desplazamientos que, por motivos del trabajo contratado, deban realizarse en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Madrid.

No procederá la revisión del precio del servicio.

## **9. DOCUMENTACIÓN A APORTAR JUNTO CON LA OFERTA**

Los licitadores adjuntarán a su oferta los documentos siguientes, según el orden de los tres contenidos del servicio establecidos en el presente pliego:

### **9.1. Plan de trabajo propuesto**

El licitador presentará la planificación general del servicio anual a RTVM, así como la descripción detallada de las actividades y tareas que se desarrollarán en cada una de las tres áreas del servicio de consultoría, de acuerdo con los objetivos planteados.

## 9.2. Metodología

El licitador presentará con detalle el enfoque metodológico que aplicará en cada una de las tres áreas del servicio de consultoría.

## 9.3. Organización general del servicio y medios materiales

El licitador describirá la organización del servicio y los medios técnicos o materiales que asignará para garantizar los niveles de servicio comprometidos.

## 9.4. Equipo de trabajo

El licitador aportará la documentación que acredite la formación, cualificación profesional, experiencia y especialización de las personas (tanto de los responsables como de los componentes del equipo o los equipos de trabajo) que intervendrán en la realización del objeto de la prestación de servicios, así como su grado de dedicación previsto.

La documentación presentará asimismo la estructura organizativa del trabajo, incluida una descripción detallada de quién hará qué y cuándo, especificando categorías profesionales, funciones a realizar, horarios etc.

La valoración de las propuestas contemplará la especialización y conocimiento de los profesionales en lo relativo a las materias objeto del presente pliego -especificando su perfil cuantitativo o cualitativo-, así como el dimensionamiento de los recursos humanos.

El equipo de trabajo propuesto tendrá carácter vinculante para la entidad adjudicataria.

Asimismo, se indicará quién será el interlocutor o interlocutores con RTVM.

## 9.5. Mejoras propuestas en el servicio

El licitador facilitará la descripción de las mejoras que se valorarán según los criterios de 5.1 y 5.2, en el apartado 6.1.