



Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares
Servicio de Asesoría en Audiencias y Análisis de
Contenidos para Radio Televisión Madrid, S.A.U.

10-agosto-2022
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 RTVM, acerca de temáticas concretas definidas previamente por el Ente público (un informe cada mes).
3. Una investigación cuantitativa utilizando la metodología de la encuesta representativa de los espectadores de Madrid, destinada a profundizar en la imagen de las marcas de RTVM, así como de la percepción y valoración de sus contenidos. Se valorará el diseño de la investigación y el cuestionario, siempre a consensuar previamente con la cadena (un informe anual).
4. El uso de herramientas o estudios aplicados al análisis de audiencias, contenidos, catalogación, agrupación en la presentación de resultados cruzadas con la audiencia, etc. Este tipo de desarrollo a partir de los datos de audiencia de las fuentes oficiales, permitirá a RTVM incrementar sus posibilidades de investigación y análisis, así como un mejor conocimiento del mercado televisivo a través del tratamiento transversal de la información.

Es requisito imprescindible que todos los licitadores sean suscriptores de los datos de audiencia de Kantar Media. Los costes adicionales referidos a los servicios descritos, serán por cuenta del adjudicatario.

2. NECESIDAD Y FALTA DE MEDIOS PROPIOS

En la actualidad RTVM dispone de cinco canales (Telemadrid, La Otra, Telemadrid Int, página web y Onda Madrid). 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. Además de la información cuantitativa clásica en el ámbito de la investigación diaria de Kantar, se precisa también ahondar sobre la valoración de los contenidos de Servicio público que se ofertan a través de todos sus canales en canales digitales y en la Radio de modo conjunto para lo que es preciso recurrir a una metodología alternativa como la encuesta.

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

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 RTVM

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 prime time' ('Juntos').

- Magazine de tarde 1 ('Madrid directo').

- Posibilidad de un tercer programa en función de la parrilla vigente.

El minutado deberá cubrir las posibles emisiones de estos programas en los fines de semana.

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

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) 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. 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 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 RTVM

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, Comscore, GFK etc.- 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.

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) 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 cuantitativa sobre la imagen y contenidos de RTVM y sus programas más relevantes

A) Descripción del servicio:

Diseño y realización de un estudio cuantitativo (informe anual) diseñado mediante la técnica de encuesta orientada a la obtención de insights útiles, a determinar por la

Dirección de la Cadena. Dicha investigación original será diseñada ex profeso para RTVM en función de sus intereses y contará con una base muestral representativa del público de RTVM que garantice poder extraer conclusiones consistentes.

El diseño del cuestionario atenderá a cuestiones relevantes sobre diferentes aspectos de interés: la imagen de Telemadrid, valoración y percepción de sus contenidos y evolución reciente de sus informativos y magazines de actualidad, transmisión de eventos de relevancia social o documentales de producción propia. Asimismo también profundizarán sobre el sentido del Servicio Público de RTVM.

El trabajo del cuestionario así como la metodología concreta a aplicar en el 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, dicho estudio se realizará y será presentado dentro de la anualidad de vigencia del contrato.

B) Metodología:

La investigación cuantitativa se basará en la recogida de la información de al menos 1.500 madrileños representativos y usuarios de los canales de RTVM en términos de edad y sexo, que permitan a RTVM extraer conclusiones concluyentes de su público y mejorar en la oferta de contenidos haciéndolos más atractivos para el total poblacional.

Se requiere un cuestionario estructurado que será elaborado y consensuado de forma conjunta entre RTVM y el adjudicatario. Las fechas de realización de estudio y trabajo de campo serán definidas por Telemadrid, que buscará el momento más adecuado para sus intereses a lo largo del año de vigencia del servicio.

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 de la información, el fichero desagregado de las entrevistas será facilitado a RTVM en un formato procesable (txt, csv, xls).

Será valorada cualquier propuesta de mejora en la profundidad o extensión del estudio (características, muestra, errores estadísticos, cuestionario...).

C) Entrega de resultados:

Los resultados del estudio cuantitativo se presentarán a RTVM 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.

3.4. Propuesta de herramientas o estudios con aplicaciones directas para el análisis de datos

A) Descripción del servicio:

Con objeto de profundizar y mejorar la interpretación de los resultados del minutado y de las audiencias de Kantar Media, se valorará la propuesta de herramientas o estudios con aplicativos para análisis transversales de datos, en relación con audiencias, contenidos, catalogación, presentación de resultados, etc.

El desarrollo tecnológico aplicado a los medios de comunicación posibilita la explotación de la información de un modo más práctico para los distintos departamentos que trabajan con datos, favoreciendo un mejor conocimiento del mercado televisivo a través del tratamiento y catalogación de los mismos. RTVM precisa incrementar sus posibilidades de investigación y análisis mediante este tipo de procesos demandando el acceso a herramientas o a estudios personalizados que puedan aportar una mayor comprensión de la información recabada en estos ámbitos.

B) Metodología:

Las herramientas y este tipo de estudios agregados que el licitante aporte para su valoración deberá facilitar la consulta de información en las áreas de conocimiento demandadas por RTVM. En este sentido, será de especial interés el volcado de audiencias sobre contenidos, la catalogación de los mismos, el examen detallado de los espacios informativos del canal, la mejora en la presentación de informes y datos, con mayores niveles de agregación o clasificación, y en general nuevas funcionalidades en el análisis de datos que permitan una mayor profundidad de conclusiones sobre los resultados ofrecidos por Kantar Media.

El responsable técnico del desarrollo de las herramientas presentadas será el interlocutor de Telemadrid en este apartado del servicio.

C) Entrega de resultados:

El profesional responsable del servicio estará en permanente contacto con Telemadrid para ayudar en la comprensión de este tipo de informes o resolver cualquier contingencia relacionada con el uso de las herramientas presentadas. Asimismo, la prestataria deberá presentar de forma presencial los diferentes estudios y análisis que puedan realizarse con estas herramientas o tecnología.

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 cinco 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 a RTVM el suministro diario del minutado de sus programas de producción propia que estará formado por:

- 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 adjudicatario adscribirá a la ejecución del contrato en este 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 deberá estar en posesión de:
 - Titulación superior.
 - Experiencia acreditada de al menos cinco 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, así como la capacidad de gestión de los recursos humanos necesarios para la adecuada prestación del servicio.

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

El adjudicatario adscribirá a la ejecución del contrato en este servicio:

- Un (1) **profesional especializado en técnicas de investigación cuantitativa**. Este profesional deberá estar en posesión de:

-Titulación superior.

-Experiencia acreditada de al menos cinco años de experiencia en la gestión integrada de este tipo de investigación.

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 cuantitativa (características, muestra, errores estadísticos, cuestionario...).

D) Propuesta de herramientas o estudios con aplicativos para análisis de datos:

El adjudicatario adscribirá a la ejecución del contrato en este servicio:

- Un (1) **responsable del servicio con experiencia en este campo**, que deberá estar en posesión de:

-Titulación superior.

Esta persona será también el interlocutor de Telemadrid para las tareas de planificación, desarrollo y presentación del estudio, así como de supervisión y control de los procesos utilizados para la extracción de información. Deberá tener capacidad de gestión de los recursos humanos necesarios para la adecuada prestación del servicio

Se valorará la profundidad y extensión del servicio, así como sus utilidades, mediante las herramientas, aplicativos o estudios propuestos.

5. RÉGIMEN DE PENALIDADES

La empresa adjudicataria deberá prestar el servicio contratado con la debida diligencia y conforme a las condiciones previstas en el presente pliego, en el de condiciones técnicas particulares y en la oferta que presente.

Como penalidades adicionales a las generales descritas en el Pliego de Prescripciones Jurídicas, en relación con el servicio de minutado diario de la programación, se podrán imponer penalidades por cumplimiento defectuoso o incumplimiento parcial de la prestación objeto del contrato:

- Se consideran leves los incumplimientos por parte del adjudicatario consistentes en el retraso de una a tres horas en la hora estimada de recepción de los resultados diarios por causas imputables al adjudicatario.

Estos incumplimientos contractuales leves conllevarán la imposición de las penalidades de amonestación escrita.

- Se consideran graves los incumplimientos por parte del adjudicatario consistentes en el retraso de tres horas o más en la hora estimada de recepción de los resultados diarios por causas imputables al adjudicatario. Estos incumplimientos contractuales graves conllevarán la imposición de las penalidades coercitivas de 0.2% del precio de adjudicación (IVA excluido).

El total de las penalidades no podrá superar el 50% del precio del contrato (artículo 192.1 de la LCSP).

6.-DURACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La duración de los servicios abarcará un periodo de doce meses a partir de la entrada en vigor.

Caben dos prórrogas al contrato con un plazo de duración de 12 meses cada una de ellas.

7.-DOCUMENTACIÓN A APORTAR JUNTO CON LA OFERTA

Los licitadores adjuntarán a su oferta los documentos siguientes, según el orden de los cuatro 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 cuatro 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 cuatro 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 expondrá el organigrama en el que se detalle la estructura de recursos humanos en relación a la prestación, describiendo el dimensionamiento, conocimientos, funciones, perfiles o roles del equipo de trabajo.