

PLIEGO TÉCNICO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES. SERVICIO DE MEDICIÓN DE AUDIENCIAS DIGITALES DE RADIO TELEVISIÓN MADRID, S.A.U.

0- BREVES ANTECEDENTES

El contenido digital de RTVM adquiere mayor importancia. Los nuevos hábitos de consumo audiovisual, las coberturas que ofrecen las posibilidades digitales y las actuales necesidades de la empresa hacen necesaria una audiencia comparada de los contenidos en distintos canales digitales.

La estrategia de RTVM precisa datos fiables integrados que permitan una toma de decisiones basada en información cuantitativa. La medición digital es especialmente una tarea compleja entre otras razones porque cada site arroja unos datos y es necesaria una metodología de tipo holística que contemple todos los consumos (directos y diferidos), así como que sume el consumo de todos los dispositivos electrónicos de un modo claro y que cuente con la mayor parte del mercado de cadenas de televisión.

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 contratación de un servicio de audiencias digitales que englobe:

1. Servicio básico de audiencias de los medios digitales de RTVM con las métricas habituales en el medio digital para la web de Telemadrid.
2. Servicio de audiencias comparado con otros canales de televisión y resto de medios.
3. Audiencias incrementales, que pueda incorporar los datos de tráfico de redes sociales
4. Construcción de audiencias avanzadas para realizar un análisis holístico de los contenidos digitales.

2. NECESIDAD Y FALTA DE MEDIOS PROPIOS

En la actualidad RTVM dispone de muchos canales de distribución de contenidos:

- Telemadrid
- La Otra
- Telemadrid Int
- Página web
- Onda Madrid
- Redes Sociales (YouTube, TikTok, Facebook, Instagram, X, LinkedIn)

Para desarrollar una estrategia conjunta de producción y programación de contenidos, RTVM necesita contar con información y análisis específico de todos los medios. Los canales de difusión tradicional cuentan con datos de audiencia ya contratados. Pero los medios de origen digital no disponen de un dato validado por el mercado que nos permita obtener información del posicionamiento de RTVM en todo el mercado. Los cambios en los hábitos de consumo de gran parte de la población exigen una medición integral de todos los dispositivos y que cuente también con el tráfico de redes sociales.

La información cuantitativa de medios digitales es necesaria para dar cumplimiento a la Carta Básica de Servicio Público de RTVM.

RTVM no dispone de recursos ni técnicos ni humanos para poder asumir un estudio de ámbito nacional de estas características. En consecuencia, RTVM necesita contratar a una empresa externa

independiente y con validez de mercado para medir los contenidos digitales de forma objetiva y profesional, ayudando a la toma de decisiones estratégicas, así como ayudar a la orientación al departamento comercial en términos de planificación y desarrollo.

3. CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN

La presente solicitud de ofertas tiene por objeto la contratación de los siguientes servicios de medición:

- I. Servicio básico de medición de audiencia de los medios digitales. Dato unificado que integre todos los dispositivos y que tenga en cuenta los propios datos censales de cada medio y la concurrencia de un pánel representativo de audiencia. Además, que sea capaz de desagregar la información en:
 - ii. Recoger el dato de Desktop
 - iii. Discriminar el dato en Tablets, smartphones
 - iv. Dato de vídeo en internet. Tanto en el site propio, como en YouTube y el resto de redes sociales. También contemplará la medición de vídeo para plataformas de tipo OTT.
- II. Servicio de audiencias comparado con otros canales de televisión.
- III. Métricas habituales de mercado convergentes en el medio y en el mercado publicitario. Indicadores claves comparables con el resto de censales propios de los medios de RTVM.
- IV. Servicio de audiencias con profundidad del dato que permita el análisis del dato en distintos targets poblacionales, como regionales.
- V. Audiencia incremental. Amén de las propuestas en los propios site, es necesario medir la audiencia que proviene de redes sociales con la máxima precisión.
- VI. Audiencias avanzadas que permitan una segmentación más analítica de la audiencia que combine los targets clásicos con variables relacionadas con el comportamiento, intereses individuales y estilos de vida.
- VII. Presentación de la información en un entorno digital con dashboards compatibles con los sistemas de RTVM y cuyo desarrollo y mantenimiento sea a cargo del contratante.
- VIII. Integración en APIS. Con el objetivo de sincronizar la información con herramientas internas.
- IX. El contratante deberá entregar a RTVM al menos un reporte mensual de todos los contenidos de la prestación.

En todo el contenido de la prestación se valorará la metodología y la aceptación de la misma en el mercado, así como la entrega de resultados. Sus características, la facilidad y manejo de la información, la posibilidad de incorporar novedades a lo largo del contrato también serán objetivo de valoración.

Otros puntos relevantes a valorar serán la adecuación con metodologías internacionales, así como la capacidad técnica de integración en Apis para poder aunar esta información con otra propia de RTVM. La calidad del servicio, los medios técnicos y humanos también serán puntuables.

4. ADCRIPCIÓN DE MEDIOS PERSONALES Y MATERIALES

El adjudicatario deberá adscribir a la ejecución del contrato al menos los siguientes medios personales y materiales, cualquier propuesta que mejore los mínimos será considerada de modo positivo.

En medios personales, se precisa la titulación superior de las tres personas que tratarán directamente con RTVM en la prestación del servicio:

- Un responsable general del servicio que será el interlocutor con la Dirección de RTVM, con experiencia probada de al menos cinco años en la gestión digital con clientes.
- Un responsable técnico que pueda dar indicaciones y soluciones a las implementaciones técnicas con los sistemas de RTVM, capacitado para poder implementar los Tag y similares implementaciones técnicas a la web de RTVM como a las cuentas de redes sociales. Se valorará la experiencia demostrable en estas labores.
- Un responsable de producto para dar cobertura en las dudas sobre la metodología propia, así como ayudar a favorecer la formación en esta área al personal de RTVM que lo precise.

En los medios materiales, se precisa que la empresa disponga de una oficina física o virtual dotada de los recursos necesarios para la prestación del servicio.

- Durante la prestación del servicio deberá asegurarse las actualizaciones necesarias y el mantenimiento integral, así como el perfecto grado de funcionamiento de los equipos necesarios para asegurar el contrato. Esto implica el mantenimiento preventivo y correctivo.
- Durante la prestación del servicio deberá asegurarse de las posibles gestiones de incidencias dando soporte técnico de su software mediante los interlocutores con RTVM.
- Mantenimiento del hardware

5. RÉGIMEN DE PENALIDADES

La empresa adjudicataria deberá prestar servicio contratado con la debida diligencia y conforme a las condiciones previstas en el presente pliego, en el de las 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 parcial de la prestación del contrato:

- Se consideran leves los incumplimientos por parte del adjudicatario en el retraso de dos días en las entregas mensuales habituales y descritas en su calendario de publicaciones. 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 más de 5 días en la publicación de las entregas mensuales habituales, descritas en su calendario de publicaciones. Estos incumplimientos contractuales graves conllevan la imposición de las penalidades coercitivas del 0,2% del precio de la adjudicación (IVA excluido).

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

6- DURACIÓN DE LA PRESTACIÓN

La duración de los servicios abarcará un periodo de doce meses a contar desde la fecha en que se formalice el contrato. Caben dos prórrogas al contrato con un plazo de 12 meses cada una de ellas.

7.- DOCUMENTACIÓN A APORTAR JUNTO CON LA OFERTA

Se deberá aportar la documentación que desarrolle la oferta en la valoración con los criterios objetivos que se detallan en el inicio de expediente y en el pliego jurídico.

7.1. Detalle de la metodología propuesta. Se detallará la metodología base que constituye la base del sistema de medición.

7.2. Detalle del contenido de la prestación de cada punto explicado en el inicio de expediente, así como las propuestas de mejora en las fechas de la duración del contrato.

7.3. Curriculum de los profesionales que integran la organización del servicio. Se aportará la experiencia profesional del equipo con el que se relacionará RTVM durante la prestación del servicio, así como los responsables de la metodología propuesta.

Pozuelo de Alarcón, a
Responsable de Audiencias

