



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

Este documento es copia del original firmado. Se han ocultado datos personales en aplicación de la normativa vigente.

28-octubre-2025
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.
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.

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 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:

- Debate en el 'access prime time' ('El análisis: Diario de la noche').
- Magazine de tarde 1 ('Madrid directo').
- Magazine de tarde 2 ('La tarde de Telemadrid').
- Magazine de mañana Fin de semana ('Madrid mejora tu vida').
- Magazine de tarde Fin de semana ('Disfruta Madrid').
- Posibilidad de programa diario adicional en función de la parrilla vigente.
- Posibilidad de programas de producción propia en 'prime time' (máximo 3 programas).

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

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 en el período objeto del servicio, 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 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 de la 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 período durante el que se preste el 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:

- 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 audiovisual 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 tres (3) **analistas especializados en el visionado y análisis de contenidos audiovisuales**, 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 audiovisual 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 audiovisual.

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.

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

El adjudicatario deberá adscribir a la ejecución del contrato la infraestructura técnica suficiente para la grabación, análisis y etiquetado de los programas, 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.

5.-HABILITACIÓN PROFESIONAL

Dado el objeto del contrato, es requisito imprescindible para desarrollar la actividad indicada en el mismo, que todos los licitadores sean suscriptores de los datos de Audiencia de Kantar Media o de quien en cada momento sea el medidor oficial, para lo cual deberán aportar la acreditación pertinente.

6.-DURACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La duración de los servicios abarcará un periodo de 2 años a partir de la entrada en vigor, que se llevará cabo al día siguiente de su formalización.

No hay posibilidad de prórrogas.

7.-DOCUMENTACIÓN A APORTAR JUNTO CON LA PROPUESTA TÉCNICA

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

7.1. Plan de trabajo, metodología y organización general de servicio y medios materiales

El licitador presentará un Plan de Trabajo con la planificación general del servicio anual a RTVM, de acuerdo con los objetivos planteados a través de un esquema que organice y clarifique cómo se llevarán a cabo todas las tareas específicas dentro del período determinado, con asignación de responsabilidades y objetivos a alcanzar. Es decir, detallando una guía cuyo objetivo sea la planificación general, ejecución y evaluación de las diferentes acciones a desarrollar, presentando con detalle el enfoque metodológico que aplicará en cada una de las cuatro áreas del servicio de consultoría, enfocándose en la coherencia, viabilidad y adecuación técnica, con objeto de garantizar una ejecución eficaz del contrato. Se deberán especificar el conjunto de métodos, técnicas y procedimientos sistemáticos que se utilizarán para alcanzar los objetivos marcados, además de describir la organización del servicio y los medios técnicos o materiales que asignará para garantizar los niveles de servicio comprometidos, describiendo las actividades previstas para cubrir los objetivos del servicio comprometido (en términos de estructura, coordinación y gestión), así como los medios técnicos y/o materiales que se asignarán (herramientas, tecnología, etc.), indicando como se llevará a cabo la disposición eficiente del personal y de los medios materiales para garantizar el correcto funcionamiento de todo el servicio.

7.2. 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, además de indicar, en su caso, la especialización y conocimiento de las materias objeto de la presente licitación, así como la prestación previa de servicios similares a los descritos en pliegos, principalmente en cuanto a las características del servicio y el ámbito de realización (Medios Audiovisuales Autonómicos).

7.3. Elaboración de informes

Así mismo, se deberá aportar la documentación necesaria para justificar y valorar la propuesta referente a la “Elaboración de informes” (punto 3).

La documentación a aportar no podrá exceder de **80 páginas** (Memoria Técnica y documentos que la acompañan). El tamaño de letra empleado será de 12 puntos (Fuente: Times New Roman) o de 11 puntos (Fuente: Arial). Los márgenes derecho e izquierdo serán de tres (3) cm. y los márgenes superior e inferior serán de dos y medio (2,5) cm. En caso de exceso, será motivo de exclusión de la candidatura.

8.- CONFIDENCIALIDAD

La información, datos o especificaciones facilitadas por Radio Televisión Madrid S.A.U. al contratista o al personal de su servicio, así como a los que hayan accedido en ejecución del contrato, deberán ser consideradas por éstos como confidenciales, no pudiendo ser objeto, total o parcial, de publicaciones, copia, utilización, cesión o préstamo a terceros.

El contratista y el personal a su servicio adquieren la obligación fiel de custodiar cuidadosamente la información, documentación o datos de los que se le haga entrega para la realización de los trabajos objeto del contrato, y con ello el compromiso de que los mismos no lleguen bajo ningún concepto a poder de distintas personas.

El contratista y el personal a su servicio no podrán acceder a aquellas informaciones, datos y documentos no directamente relacionados con el objeto del contrato. El personal del contratista tendrá la prohibición de acceder a los sistemas de información, en los que obra los datos personales y demás información, responsabilidad de la entidad contratante.

El contratista será responsable de los daños y perjuicios que los incumplimientos de las citadas obligaciones pudieran derivarse para Radio Televisión Madrid S.A.U. o para terceras personas. Conforme a lo dispuesto en el artículo 133.2 de la LCSP el contratista se compromete a respetar el carácter confidencial de aquella información a la que tenga acceso. Este deber se mantendrá durante un plazo de cinco años desde el conocimiento de esa información.

9.- 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 administrativas particulares y en la oferta que presente.

Como penalidades adicionales a las generales descritas en el Pliego de Condiciones Administrativas Particulares, 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. La reiteración en los incumplimientos contractuales leves (tres faltas consecutivas) será considerado incumplimiento grave.
- 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).