

rtve
Dirección
Análisis

Evaluación ofertas

Estudio de Imagen para CRTVE 2025

Expediente nº S-06608-2024

Informe de Valoración Técnica

Tal y como describe el propio pliego de condiciones generales, los puntos de los criterios de adjudicación sometidos a juicio de valor serán 50 puntos, siendo los 50 restantes los referidos a las condiciones económicas.

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN		PUNTUACIÓN
Criterios de valoración sometidos a juicio de valor (Sobre B)		50 puntos.
Diseño de investigación propuesto en la oferta, incluyendo el detalle tanto de la parte cuantitativa, como de la parte cualitativa del mismo. Se contemplarán dentro de este ítem de valoración las mejoras incrementales a la propuesta mínima del pliego de condiciones técnicas. Del mismo modo se valorará la creatividad del proyecto, así como la información cuantitativa y cualitativa que apoye la metodología propuesta, especialmente si la autoría de la misma procede del licitador.	Hasta 40 puntos	
Valoración del equipo de trabajo propuesto y puesto a disposición del proyecto, con experiencia demostrada en estudios de investigación similares, y que acreditarán mediante la presentación de C.V. de los participantes que participarán en el estudio.	Hasta 10 puntos.	
Criterios de valoración automáticos – Precio (Sobre C)		50 puntos.

Procedemos, por tanto, a la evaluación de las propuestas presentadas siguiendo lo explicitado en el pliego de condiciones generales:

Para cada epígrafe, se otorgará el total de puntos a la mejor propuesta, mientras que el resto serán valoradas en función de lo ofertado por el mejor. Se valorará el detalle, pertinencia, la coherencia, la aplicabilidad al caso de RTVE, el cumplimiento a lo establecido al Pliego de condiciones técnicas, y la precisión de la información aportada. - Influirá negativamente la falta de concreción, de información específica y de detalle.

Además, se penalizará especialmente la falta de coherencia de la propuesta, incluso, la incoherencia entre los epígrafes anteriores, así como la presentación de documentación genérica no concretada para el caso de RTVE. En caso de que la propuesta técnica contravenga cualquiera de las especificaciones del Pliego de Condiciones Técnicas será valorada con cero puntos. La valoración de los puntos asignados al precio, se repartirán conforme a la siguiente fórmula: Puntos oferta X= PM (Oferta más baja/Oferta X) Siendo PM la puntuación asignada a las condiciones económicas.

La Dirección de RTVE de Audiencias e Investigación quiere agradecer la calidad formal de los proyectos presentados y el esfuerzo por enriquecer la metodología de las investigaciones propuestas, siendo conscientes de lo ajustado del propósito de converger idoneidad y presupuesto.

Tanto la profundidad metodológica de la investigación, como la originalidad del proyecto, los objetivos nuevos propuestos por el investigador, como la enumeración y cifrado de los recursos empleados en la misma son aspectos que son valorados de forma conjunta en cada proyecto

Este informe de valoración tiene un carácter informativo, pero en su redacción convergen intereses contrapuestos: de un lado la explicación de las puntuaciones y de otro la correspondiente confidencialidad de los proyectos presentados lo que en ocasiones dificulta la explicación en profundidad de las variables, especialmente de contenido presentadas en los proyectos.

RESUMEN PUNTUACIONES

Estudio de Imagen para CRTVE 2025

Expediente nº S-06608-2024

	Diseño Investigación	Equipo Propuesto	Total
IMOP INSIGHTS	40	10	50
SIGMA DOS	20	5	25
EMOCIONAL TECHNOLOGÍES 22, SL.	0	0	0

IMOP INSHIGTS 50 puntos

VALORACION PROYECTO: 40

VALORACION EQUIPO: 10

Es la propuesta con mayor puntuación. Y lo es, no solo por el incremento de los requerimientos técnicos ofrecidos, sino principalmente por el contenido del proyecto presentado que supera y mejora el proyecto de investigación que RTVE proporciona en el pliego técnico de forma confidencial y que se convierte realmente en el decantador de la decisión de elección de proveedor al lograr añadir a los objetivos de investigación propuestos otras propuestas de análisis complementarias y realmente necesarias que enriquecen la batería de objetivos y en parte reconducen la orientación de esta edición al incorporar ejes de contenido claramente importantes para la corporación RTVE.

Se confirma de este modo la mayor idoneidad por la creatividad y la profundidad demostrada en el documento aportado

El proyecto presentado arranca con un resumen ejecutivo pormenorizado por capítulos, para pasar a profundizar en el contexto de investigación que motiva baterías de objetivos complementarios a los iniciales de RTVE. Este capítulo explica con "data propia", y no únicamente de terceros, aspecto que también se valora en el proyecto capítulos esenciales:

- Contexto Social y Político
- Variables determinantes del clima social
- Estabilización del acceso a VOD, Perfilado del mismo y evolución escenario de plataformas
- El rol de la TV lineal en el actual en el actual esquema de suscripción
- Modelos relacionales de vinculación
- Atractivos y rechazos en la estrategia de elección de servicios de contenidos
- Formatos OTT y colisión esquema lineal
- Consumo BVOD por plataformas principales conclusiones
- Diferido y pautas de consumo híbridas. Casuísticas vinculadas a la ficción
- Plataforma de consumo RTVE, conclusiones derivadas de análisis de Smart TV
- Redes Sociales: Saturación, riesgos, conclusiones sobre evolución del abandono lineal
- Segmentación de perfiles en los diferentes medios
- Desplazamientos de hábitos por soportes: perfilados consumo y días semana
- (...)

Tras este primer bloque de contexto el proyecto pasa a complementar objetivos presentados por RTVE con particular desarrollo de objetivos para diferentes tramos horarios profundizando en la casuística de cada uno de ellos, abriendo un capítulo de objetivos ambicioso y muy detallado donde la información preliminar redefine el proyecto amplificando los objetivos iniciales de la investigación

Es determinante en la valoración de esta oferta el detallado, preciso y claro catálogo de objetivos de cada capítulo, así como la propuesta metodológica para cada uno de ellos. En relación con este aspecto la propuesta metodológica detallar que:

- a) Dentro de la configuración de lo oferta se detalla un global de:
 - a. Presencialidad en un alto porcentaje de la propuesta cualitativa de focus group (esto difiere notablemente de otras ofertas con el total del campo cualitativo online tanto en costes finales de producción como en calidad técnica en el desarrollo del análisis del discurso)
 - b. Territorialidad nacional para el campo cualitativo con propuesta de ciudades, perfilado y detalle de composición de grupos y objetivos para cada uno de ellos
 - c. +2 focus group a añadir a los 14 solicitados
 - d. +6 entrevistas en profundidad dentro de la fase cualitativa
 - e. +1000 entrevista online por encima de las requeridas, para objetivos de imagen
 - f. +700 entrevistas online por encima de las requeridas, para objetivos de carácter digital
 - g. +700 entrevistas online para usuarios lejos espectro audiovisual digital
 - h. + procesamiento de 3.800 cuestionarios online extra para objetivos de hábitos consumo RTVE Play

El panel online ofrecido por Imop Insights se define por ser un panel online probabilístico sin sumar participantes mediante otras técnicas como la autoinvitación minimizando los riesgos de los paneles por autoinvitación, este aspecto es muy relevante para RTVE al respetarse las normas de aleatoriedad del muestreo.

En relación al equipo propuesto todo cuenta con una alta capacitación donde además es destacable la experiencia previa y grado de interlocución contrastado con el equipo de RTVE del área proponente

Se valora especialmente la propuesta de informes y entregables para cada bloque de análisis propuesto.

SIGMA DOS 25 puntos

VALORACION PROYECTO: 20

VALORACION EQUIPO: 5

El proyecto de Sigma Dos comienza con una presentación de la compañía y de sus principales servicios. Tras ello abre un capítulo de "Resumen Ejecutivo" en donde se resumen los objetivos proporcionados por RTVE en su proyecto de investigación dentro de su pliego técnico sujeto a confidencialidad sin que se encuentren nuevas aportaciones o matices que enriquezcan lo aportado por RTVE

En tercer lugar, el proyecto de investigación aborda un breve capítulo de contextualización muy somero y escasamente integrado de datos propios del licitador con fuentes principalmente de Barlovento y AIMC que no brindan al proyecto especial valor añadido.

Tras ello se presenta un capítulo de "Modelo de trabajo" con diseño de etapas y una breve síntesis de recogida de información donde se perfilan los bloques principales de conocimiento con especial atención a RTVE Play y la oferta de prime time, así como redes sociales si bien desde este punto del proyecto se intuyen carencias de objetivos o dimensiones de análisis que realmente amplíen de forma nutritiva el proyecto.

Sigue con un desarrollo de las fases de la investigación para introducirse en la metodología. Cabe destacar el notable esfuerzo por incrementar los recursos técnicos, si bien con elementos cuyas características los hacen menos eficaces para la investigación demandada que los de la oferta mejor valorada:

Para la fase cualitativa se incrementan en 4 grupos los requeridos inicialmente por RTVE, si bien todos ellos (total 18) son **grupos online** cuyos costes de producción difieren de notablemente de los presenciales, más aún si se aborda una estrategia de territorialidad nacional. Estos grupos de discusión no aparecen desagregados por territorios, o con un esquema preciso de composición y perfilado que combine objetivo y lugar de realización. En cualquier caso y a pesar de obviamente poder modificarse tras la posible concesión, la ausencia de creatividad también salpica a esta fase metodológica al no observarse una propuesta realmente atractiva (Ej, En el grupo "GD9 TV temática" no parece poder trabajarse paralelamente objetivos para Clan y para Teledeporte en el mismo grupo)

Se incrementa la propuesta con 8 entrevistas en profundidad a sumar a los *focus groups* requeridos.

Para la fase cuantitativa: Se añaden a los requerimientos exigidos:

- +2000 cuestionarios online
- +500 online RTVE Play
- +500 online TV Lineal Prime time
- + Análisis de Escucha social: RRSS

Es de agradecer el despliegue incremental respecto de la oferta inicial por parte de ese Instituto.

De otro lado, en relación a la fase cuantitativa y apoyado en el capítulo de equipamiento técnico queremos apreciar que el capítulo destinado al "Equipamiento Técnico" (páginas 55-56) en concreto al "Panel de población"

Para la investigación que nos ocupa, por prescripción técnica y dados los plazos disponibles, se seleccionarán exclusivamente a los participantes cuyo canal de participación sea on line

Los sistemas de reclutamiento de los panelistas que cumplen los criterios de representatividad probabilística, son captados a través de los siguientes medios:

- *Participantes en otras encuestas telefónicas y presenciales de Sigma Dos, seleccionados aleatoriamente en sus respectivos estudios, a los que se les informa respecto a su posible inclusión en nuestro panel y las recompensas por su participación.*
- *Acciones de captación telefónica ad hoc, con el objetivo de incrementar el volumen de panelistas, realizadas mensualmente por operadores telefónicos especializados de nuestra compañía.*
- *Participantes en dinámicas de grupo y otras técnicas cualitativas.*

Esta información contrasta con la recabada en la propia web de la empresa donde se describe el panel de Sigma Dos (<https://www.sigmados.com/trustsurvey/>) con ventana abierta de adscripción al panel online por parte de los internautas. RTVE especifico en sus requerimientos técnicos que precisaba:

- ***Al menos 1.000 Entrevistas Online mediante Panel Probabilístico Propio. La captación de los panelistas se realizará de forma externa al medio internet y nunca por auto invitación.***
- *Para cumplir las exigencias de pliego es preciso que la captación de los panelistas sea exclusivamente a partir de una metodología de muestreo aleatorio de hogares, donde cada individuo tiene una probabilidad conocida y no nula de ser entrevistado, garantizando así la máxima representatividad de la población española y evitando los sesgos asociados a una sobre-exposición a internet y a la falta de control sobre la selección del entrevistado asociadas a los procesos de autoinvitación, que puede provocar que quienes decidan participar tengan unas características específicas no representativas del conjunto de los internautas o la profesionalización de los entrevistados.*

En este sentido RTVE no cuenta con certeza de que el panel ofertado por Sigma Dos para el total del territorio nacional este configurado a través de un muestreo aleatorio ya sea de individuos o de hogares, de facto al captar a participantes de "dinámicas de grupo" se alteran las condiciones de aleatoriedad del muestreo.

Con todo se ha valorado el proyecto de forma conjunta a pesar de este factor. Es de agradecer el despliegue incremental respecto de la oferta inicial por parte de ese Instituto.

EMOCIONAL TECHNOLOGÍES 22, SL. 0 puntos

VALORACION PROYECTO: 0

VALORACION EQUIPO: 0

Creemos que este proyecto no corresponde a este expediente al no ser el mismo objeto de estudio y no pertenecer al asunto del que tratamos.

Esta oferta queda excluída por no superar el umbral del 50% de la puntuación técnica por criterios sujetos a juicio de valor, según se indica en la cláusula 9ª del PCAP.