

AUTOMATIZACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE LA PUBLICACIÓN EN RRSS

MEMORIA JUSTIFICATIVA

ÁREA DE PRODUCCIÓN O DIRECCIÓN RESPONSABLE:

DIRECCIÓN DE SISTEMAS E INNOVACIÓN

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD:

Las redes sociales son fundamentales para la construcción de comunidad y marca, así como la distribución de contenidos de la Corporación RTVE como servicio público. En los últimos años, el número de cuentas en las diferentes redes sociales de RTVE y el volumen de contenido que se publica en ellas han crecido de manera exponencial, además del crecimiento del personal dedicado a la gestión de dichos perfiles.

Se hace por tanto necesario disponer de herramientas que ayuden en la gestión y coordinación de los equipos y que permitan optimizar y automatizar la publicación para cubrir los ciclos completos semanales de publicación en las principales redes sociales con las siguientes necesidades:

- Que analice los algoritmos de las diferentes plataformas sociales para conocer y construir nuestra comunidad, para así mejorar el rendimiento de nuestras publicaciones, con posibilidad de publicar automáticamente en los momentos más idóneos en función del contenido que se comparte.
- Que tenga en cuenta las tendencias para conocer qué tipo de contenido está funcionando mejor y así publicar el contenido en el mejor momento posible, ya sea de forma automática o manual.
- Que unifique la gestión de las diferentes cuentas de RTVE en las diferentes redes sociales para poder hacerlo desde la propia herramienta, con varios usuarios y roles, para optimizar así el tiempo invertido en la publicación de los contenidos.
- Que ofrezca un análisis estadístico y de datos sobre nuestras cuentas y publicaciones, para poder adoptar decisiones basadas en el dato y en el comportamiento del usuario.
- Que permita al gestor de red social realizar cualquier tipo de modificación en el contenido antes de su publicación (copy, imagen, eliminar, reprogramar el post, compartir, etc).
- Que permita personalizar el post en función del público objetivo al que va dirigido: edad, sexo, ubicación, intereses, etc. De esta manera, dicha herramienta nos permitirá tener una visión mucho más concreta del perfil y comportamiento de nuestra audiencia y aportará una valoración de nuestro contenido, lo que nos facilitará compartirlo de forma más personalizada y con mayor valor para el usuario. Además, la automatización por IA y los algoritmos de la herramienta aumentará el volumen de publicación en las horas bajas de efectivo personal, como son las noches, los fines de semana y los festivos, pudiendo asignar recursos de los gestores de redes sociales a otras más complejas.

Por otro lado el consumo de contenidos audiovisuales ha cambiado radicalmente en los últimos años, con un crecimiento exponencial del consumo en dispositivos móviles. Según estudios recientes, más del 75% del tráfico de video proviene de smartphones, y el formato vertical se ha consolidado como el estándar en plataformas como TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts.

Para RTVE, incorporar un servicio de consumo de contenidos en formato vertical representa una oportunidad de innovación con varios beneficios clave:

- **Atracción de audiencias jóvenes:** las nuevas generaciones (Gen Z y Millennials) consumen contenido en formato corto y vertical. Al adaptar su oferta a este formato, RTVE podría conectar con una audiencia que actualmente recurre a otras plataformas para informarse y entretenerse.
- **Modernización de la marca:** RTVE es una referencia en contenidos audiovisuales, pero necesita evolucionar para no perder relevancia. Un servicio de contenidos en vertical reforzaría su imagen como un medio innovador y adaptado a los nuevos tiempos.
- **Optimización del contenido existente:** RTVE ya produce grandes cantidades de contenido de calidad. Con una estrategia de re-edición y adaptación a formato vertical, podría maximizar el impacto de su producción sin grandes inversiones adicionales.
- **Monetización y engagement:** Con el auge de modelos de publicidad en video corto y patrocinios en plataformas móviles, RTVE podría generar nuevas fuentes de ingresos y aumentar la interacción con su audiencia.
- **Mayor alcance y distribución multiplataforma:** Un servicio de contenidos en vertical permitiría a RTVE diversificar su distribución, estando presente en más espacios digitales y ampliando su base de usuarios.

Implementar un servicio de contenidos en formato vertical no solo es una estrategia innovadora, sino una necesidad competitiva en la era del consumo móvil. RTVE tiene la oportunidad de convertirse en un líder en la adaptación de contenido público a nuevas formas de consumo, asegurando su relevancia en el futuro digital.

El objeto de esta contratación es la prestación de un servicio que nos permita la optimización y automatización de la publicación de los contenidos en las principales plataformas sociales, así como la generación automatizada de contenidos en formato vertical para consumo en los sites de RTVE. Una herramienta que, mediante técnicas de inteligencia artificial, ayude a los equipos de redes sociales y contenidos a crecer, identificar, gestionar y valorar aquellos contenidos que sean susceptibles de aumentar el alcance del mismo en las diferentes cuentas y sites, así como que pueda publicar automáticamente y a partir de los criterios o reglas establecidos por los equipos de redes de la manera más óptima posible.

INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS

CRTVE no dispone, hoy por hoy, de la estructura interna necesaria para llevar a cabo este servicio.

LOTES DE LA CONTRATACIÓN

El expediente se ha planteado en un único lote. El objeto del contrato no resulta divisible en lotes ya que se trata de un servicio completo y la división no permitiría asegurar el resultado final de los trabajos con las garantías necesarias.

En conclusión, procede a los efectos del art. 99 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, la no división en lotes del contrato para esta prestación.

JUSTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Se propone el trámite de este expediente por un procedimiento abierto, ya que no se dan los requisitos que establece la LCSP, para tramitar esta contratación por otro procedimiento distinto a este.

El procedimiento general abierto es garantía de transparencia e igualdad de trato entre los licitadores, y además garantiza mayor concurrencia.

JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE SOLVENCIA

Solvencia económica:

Tener un volumen anual de negocios, referido a alguno de los tres últimos ejercicios disponibles igual o superior a 68.000 €, que equivale al 80 % de la anualidad media del valor estimado del contrato.

Se considera que un volumen anual de negocios igual o superior al 80 % de la anualidad media del valor estimado del contrato es suficiente para garantizar que el licitador tiene capacidad económica para realizar la prestación y no es un volumen de negocio excesivo, de forma que no se restringe la concurrencia. Se da la posibilidad de acreditar el cumplimiento por la cifra de negocios de alguno de los últimos tres ejercicios, lo que aporta una mayor flexibilidad. Con el umbral exigido la CRTVE se garantiza aptitud suficiente por parte de los potenciales licitadores y un acceso no restrictivo a la licitación. Teniendo en cuenta el presupuesto estimado y las características del sector la cifra es proporcional al objeto del contrato.

Solvencia técnica:

Contar al menos con una (1) referencia de prestaciones similares al objeto del contrato, realizados en los últimos tres años en otros medios audiovisuales o digitales nacionales o internacionales, cuyo importe acumulado sea igual o superior al 80% de la anualidad media del contrato que asciende a 68.000 €.

La referencia de prestaciones similares, es necesaria para acreditar que el licitador dispone de capacidad y experiencia necesarias para realizar las prestaciones requeridas dado que están son altamente especializadas y de gran complejidad y no pueden realizarse sin experiencia contrastada. Dada la madurez en el mercado de servicios de automatización y publicación en RRSS se exige a los licitadores al menos una (1) experiencia de este tipo de servicios en medios de comunicación.

Solvencias para empresas de nueva creación:

El criterio o criterios para que las empresas de nueva creación acrediten cumplir con la solvencia técnica es declarar que cuentan con la maquinaria, material, y equipo técnico para la ejecución del servicio, y acompañará los documentos acreditativos cuando sea requerido

La exigencia de esta solvencia técnica tiene como objetivo garantizar que el adjudicatario tenga conocimientos técnicos, eficacia, experiencia y fiabilidad para realizar la prestación que constituye el objeto del contrato, existe una correspondencia entre los medios exigidos en la solvencia técnica y el objeto del contrato. Se trata de garantizar un umbral mínimo de capacidad técnica. La fijación de estos criterios de selección es proporcional a la exigencia de solvencia para las empresas veteranas respecto de las de nueva creación.

JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN

La aplicación de los criterios de valoración definidos en la cláusula 11^a del PCAP, permitirá que la oferta que resulte adjudicada sea la más adecuada, para cubrir las necesidades de RTVE.

Los criterios de valoración incluidos tienen como objetivo valorar la idoneidad de las ofertas presentadas. Se asignan 20 puntos a la idoneidad de la solución técnica de cada prestación de la siguiente forma:

- 10 puntos si la solución SaaS es completamente en castellano, lo que facilita a los usuarios su uso y productividad, ya que muchos de ellos no dominan fluidamente otros idiomas.
- 10 puntos si el servicio de soporte y atención 24 horas se presta 100% en español. Facilita la comunicación y resolución de las posibles incidencias, evitando fallos de comunicación debidos al idioma.

Se asignan 80 puntos según los criterios automáticos para valorar el precio, la fórmula aplicada permite calificar adecuadamente las ofertas económicas asignando una puntuación según el precio ofertado de manera inversamente proporcional a la oferta más ventajosa.

EXISTENCIA DE PRESUPUESTO

El presupuesto de la orden de gasto O01PI0000020 I.A. APLICADA A INFORMATIVOS está aprobada y contempla esta contratación.

El precio máximo de la licitación aumenta un 70 % en relación al coste actual. Ello es debido a que se han incluido nuevas funcionalidades y servicios:

- RRSS (Bluesky, LinkedIn...)
- La necesidad de contar con API PRO de la red social X (Twitter).
- La necesidad de contar con WhatsApp Business vía API
- El servicio integrado para la generación de contenidos visuales en formato vertical.
- La actualización al coste de mercado de los servicios solicitados. El coste de la API Pro de X y del servicio de generación de contenidos visuales en formato vertical, que se añaden a los requerimientos que se solicitaron en el expediente anterior, justifican el incremento del 70%.