

Evaluación de ofertas

'Estudio de Imagen para CRTVE 2026'**Expediente S-00053-2026****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 2026

Expediente S-00053-2026

| | Diseño Investigación | Equipo Propuesto | Total |
|------------------------|----------------------|------------------|-------|
| IMOP INSIGHTS | 40 | 10 | 50 |
| SIGMA DOS | 20 | 5 | 25 |
| FIELD WORK DATA | 15 | 0 | 15 |
| FALCO INSIGHTS | NO APTO | | |

IMOP INSHIGTS 50 puntos

VALORACION PROYECTO: 40 puntos

VALORACION EQUIPO: 10 puntos

Es la propuesta con mayor puntuación. Logra superar ampliamente los requerimientos técnicos ofrecidos notablemente contando con un "expertise" real de conocimiento del medio televisión que no presentan el resto de proyectos.

En primer lugar, hace suyos los objetivos del pliego técnico redactados por RTVE, añadiendo notablemente valor a la propuesta inicial de RTVE, al concretar información detallada y real del ámbito de los medios y el mercado con información real de fuente propia y secundaria. Detalla así "el marco" cualitativamente y cuantitativamente, desarrollando un excelente punto de partida de forma precisa y extensa.

En este capítulo logra establecer un marco de inicio que revela la profunda experiencia de este Instituto de investigación en relación a la investigación de medios en España. De un lado aborda "La particular naturaleza de TVE", para lanzarse a un análisis de contexto previo que amplía las hipótesis iniciales del proyecto aportado por RTVE en el pliego técnico sobre clima social y contexto internacional. Destaca la aportación de claves sobre la polarización y su afectación al posicionamiento. Tras este análisis el proyecto aborda un capítulo sobre el consumo con datos propios de fuente interna, que se completa con el análisis del mercado de la oferta de OTT's y un análisis incipiente de los riesgos de proliferación. Sigue este bloque inicial con unas conclusiones sobre consumo por segmentos de edad, así como claves desde la actualidad que acontece en la actualidad a los grupos de comunicación. El proyecto se completa con un inicial análisis de la temporada actual, para proponer un riguroso plan de investigación en relación a la dimensión territorial en la acogida de la identidad de marca. A partir de ahí, y desde el pliego técnico se abordan los bloques tradicionales de este tipo de estudios de imagen con un grado de detalle sobre las rejillas de los operadores y sus movimientos muy relevantes, siendo especialmente destacado la propuesta de investigación sobre la identidad visual, y el marco gráfico, así como el conjunto de recursos de completan la identidad y marcas.

Tras este extenso análisis previo, le proyecto de investigación establece los objetivos de la investigación dentro de una estructuración coherente, conveniente, siendo muy valorados los capítulos destinados al análisis territorial.

Tras el desarrollo de los objetivos, ofrece un detalle de su propuesta metodológica:

Mejora la propuesta cualitativa ofreciendo 18 grupos de discusión

Plantea dos fases con un Incremento de 820 encuestas en la primera fase descrita y de 1200 encuestas en la segunda descrita que hacen un total de 2020 encuestas más a las solicitadas en el pliego técnico (TOTAL 4.020 entrevistas)

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 con la fase cualitativa, este proyecto a diferencia del resto ofertas, posiciona, localiza y dota de objetivos a cada grupo de discusión, con especial atención a variables no atendidas en las composiciones del resto de ofertas presentadas. Es de especial valor la estructuración del campo que realiza de los 18 grupos ofrecidos

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 el desarrollo de la propuesta de informes y entregables para cada bloque de análisis propuesto. Se confirma de este modo, la mayor idoneidad por la creatividad y la profundidad demostrada en el documento aportado.

SIGMA DOS 25 puntos

VALORACION PROYECTO: 20 puntos

VALORACION EQUIPO: 5 puntos

El proyecto de Sigma Dos comienza con una presentación de la compañía y de sus principales servicios, con especial atención al servicio "VOD Analytics" de la consultora "Dos 30" vinculada a Sigma Dos. A continuación, 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. En esta ocasión, en línea con el pliego técnico, pero sin ningún capítulo complementario o expansivo de lo propuesto.

Tras ello entra en los objetivos bajo el siguiente índice:

- RTVE y el clima social
- Linealidad, evento y "cita"
- Arquitectura de marcas RTVE y coherencia identitaria
- Renovación de públicos atracción vs rechazo
- Digitalización real vs digitalización percibida
- Territorio e ideología como "filtros" de imagen

Presentando tras él, un apreciable mapa de ejes, técnicas y outputs, si bien se echa de menos un mayor detalle de la localización de los grupos en relación a los objetivos

Sigue en el proyecto un capítulo de "modelo de trabajo" y "fases de la investigación".

En la Metodología propuesta, se ofrece un total de

- 18 focus group y 8 entrevistas en profundidad
- 4.100 entrevistas (2000 CATI / 2100 Cawi con dos submuestras de 500 para prime time y 500 RTVE Play).

Se valora muy positivamente las mejoras ofrecidas técnicamente por parte de Sigma Dos respecto del pliego técnico de RTVE, si bien, habiendo RTVE ofrecido en su pliego técnico un grado de concreción muy preciso tanto sobre sus objetivos generales y contexto, como en los ítems a analizar en la investigación, el proyecto de investigación presentado no cuenta con un desarrollo mayor y pormenorizado del contexto vigente en la actualidad, así como las marcas y operadores objeto de la investigación, que de un lado transmitan un mayor "expertise" del proveedor, y de otro un mayor halo "audiovisual" del proyecto, como por ejemplo un capítulo orientado a "Rostros" del panorama audiovisual con el que sí cuenta la oferta de mayor puntuación. En definitiva, aún con un agradecido esfuerzo por mejorar la propuesta metodológica en su dimensión técnica, el proyecto no destila una "sensibilidad"

en relación a los objetivos, hipótesis, y dilemas presentados en el briefing del pliego técnico y el modo de "operativizar" en la investigación estas necesidades.

FIELD WORK & DATA SL 15 puntos

VALORACION PROYECTO: 15 puntos

VALORACION EQUIPO: 0 puntos

Valoración: NO APTA / EXCLUIDA

Se desestima la oferta de FIELD WORK & DATA SL ('HIGH REMARK - Propuesta de servicios') por no superar el umbral mínimo del 50% de la puntuación técnica sujeta a juicio de valor, según se establece en la Cláusula 9ª del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares:

"9ª.- PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN.

Se establece un umbral mínimo para los criterios sujetos a juicio de valor del 50%. Aquellas propuestas que no superen el umbral indicado serán excluidas".

Este proyecto resulta en su conjunto insuficiente, y no apto para pasar a la siguiente fase de valoración en tanto que no alcanza el 50% de la puntuación técnica. Se trata de una propuesta muy genérica, con escaso margen de mejora respecto del pliego técnico, sin mención de contexto del panorama audiovisual, ni atención o solución ordenada para las hipótesis expuestas en el pliego técnico.

Esta oferta no detalla pormenorizadamente el equipo de trabajo para poder ser evaluado limitándose a nombrar su conjunto de competencias, pero no la descripción y experiencia de los componentes, con especial atención al detalle de su experiencia previa en trabajos de investigación audiovisual, en concreto del medio televisión.

No cuenta con detalle del número de entrevistas o grupos de discusión a realizar, localización de los mismos, objetivos para cada uno de ellos, así como detalles de la operación en relación a los objetivos. Asumiendo que se limita a los requerimientos del pliego técnico, se revelaría inferior a las ofertas con mayor puntuación.

Oferta Técnica "FALCO INSIGHTS, SL"

Valoración: INADMITIDA / EXCLUIDA

Se inadmite su oferta al incluir proposición económica en su Propuesta Técnica ('Falco Insights: Propuesta de investigación de marca').

Según se establece en la Cláusula 6ª, Apartados 2 y 3, del Pliego de Condiciones Generales:

"Cada documento exigido deberá incluirse en el sobre específicamente indicado en el PCAP, cláusula 7ª. En caso contrario, las ofertas serán inadmitidas. Se abrirá y valorará primero el sobre susceptible de valoración sujeta a juicio de valor".