



# **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ESCUCHA ACTIVA DE REDES SOCIALES Y MEDIOS ONLINE PARA LA CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, SA.**

## **EXPEDIENTE N.º 2404OB04**

### **1. Introducción**

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (en adelante, CCMA, 3Cat o la Corporación) es el ente público que gestiona los medios de comunicación audiovisual de la Generalitat de Catalunya, los canales de Televisión de Catalunya y el grupo de emisoras de Catalunya Ràdio, además de los contenidos digitales generados por estos medios. Lo hace en cumplimiento de su misión de servicio público y con un firme compromiso de calidad, independencia y promoción de la cultura y la lengua catalanas. También forma parte la Fundació La Marató de TV3, que promueve la sensibilización social y la investigación biomédica.

En cuanto a la oferta de servicio, 3Cat trabaja para que los ciudadanos puedan acceder a sus contenidos desde cualquier apoyo y desde cualquier lugar del mundo. Por este motivo, aparte de la oferta audiovisual en televisión (5 canales) y radio (5 emisoras), tiene un fuerte despliegue en el ámbito digital.

La oferta actual de 3Cat en internet combina la presencia en plataformas propias (como la web, la plataforma 3Cat con aplicaciones para móviles y tablets y SmartTV, así como las otras aplicaciones de Catalunya Ràdio, 324, SX3, etc.), con la presencia en plataformas externas y redes sociales.

El nuevo Plan Estratégico de 3Cat tiene como objetivo principal conectar con toda la ciudadanía de Catalunya y dar mejor respuesta a los nuevos hábitos de consumo, siendo referente en información para todos los públicos. Para dar respuesta a estos objetivos, 3Cat necesita ampliar las fuentes de conocimiento sobre las necesidades, motivaciones, conductas y valoraciones de la ciudadanía, especialmente en aquellos entornos abiertos donde la ciudadanía se expresa libre y espontáneamente. A la vez, los objetivos del nuevo Plan estratégico también hacen necesario medir de forma continuada la evolución de la percepción de las marcas, productos, servicios y personas vinculadas a 3Cat entre la ciudadanía de Catalunya, tanto para establecer baremos que permitan identificar el logro de los objetivos como para detectar posibles focos de crisis reputacionales y facilitar las capacidades de respuesta de los equipos de 3Cat.

### **2. Objeto**



El objeto de este contrato es la prestación de un servicio de escucha activa de redes sociales y medios online, a partir de la monitorización de la reputación online de las marcas, productos, servicios y personas relacionadas con la CCMA, así como de los territorios digitales conceptuales o sociodemográficos de interés para la CCMA.

Lo que se pretende es identificar y analizar el posicionamiento de las marcas, productos, servicios y personas y su actividad en la red de forma sistemática y constante, evaluar la percepción con indicadores solventes y medibles a lo largo del tiempo, así como ampliar la investigación y conocimiento sobre los territorios digitales de interés para la CCMA.

Incluye la configuración de un sistema de alertas en tiempo real, la entrega de informes periódicos y ocasionales de valoración, análisis e investigación de diferentes ámbitos definidos y el acceso a los diferentes cuadros de mando con consulta de datos en tiempo real por parte de los equipos de la CCMA.

### **3. El alcance**

#### **3.1. Naturaleza del servicio**

El alcance del servicio de escucha activa tiene que contemplar las marcas, las submarcas, los productos y servicios, las personas relevantes de la CCMA (directivos, profesionales con exposición pública), así como los términos genéricos o propios de los territorios semánticos o demográficos de interés para la CCMA previamente identificados. El universo a estudiar incluirá las referencias en lengua catalana o española.

El licitador propondrá, junto a la CCMA, un diccionario de palabras clave, conceptos y agregaciones a monitorizar para cada uno de los ámbitos que son objeto de la licitación. Este diccionario de palabras inicial se podrá ir modificando y ampliando sin ningún coste extra dentro del límite de menciones mensuales incluido en el servicio licitado descrito más adelante en el punto 3.2.1.1.

Las plataformas donde hay que realizar la escucha activa incluyen redes sociales, blogs, páginas de reviews, webs, foros, plataformas de video, espacios de comentarios, medios online y otras comunidades y plataformas online que tengan o puedan adquirir relevancia en el consumo digital actual y futuro de la ciudadanía de Catalunya. También han de incluir toda la conversación social y menciones en torno los perfiles propios en redes sociales y comunidades actuales y futuras de la CCMA. Este listado puede variar durante el periodo de licitación sin coste añadido.

#### **3.2 Alcance del servicio**

La escucha activa de redes sociales y medios online tiene que incluir diferentes aspectos que el adjudicatario incluirá en el servicio:

- El coste de la herramienta de monitorización de redes sociales y medios online con acceso Software as a Service (SAAS).
- Las licencias del software que haga falta para dar el servicio.
- La elaboración de la propuesta de diccionario semántico agrupando conceptos según familia o categoría, y su actualización posterior.



- La configuración, puesta en marcha, mantenimiento y optimización de la herramienta.
- El coste por el acceso a los datos y el consumo de datos generado, así como un número de usuarios de acceso a la herramienta para los equipos de la CCMA que no podrá ser inferior a 10.
- La configuración de un sistema de dashboards para la consulta y visualización de los diferentes ámbitos de interés de la escucha activa. La clasificación y parametrización de las menciones obtenidas de la monitorización.
- La supervisión de los resultados.
- El análisis en profundidad de los datos.
- El establecimiento de un sistema de alertas que ofrezca dos rangos diferenciados de servicio:
  - Alertas automáticas configurables y editables en base a diferentes criterios de sensibilidad que activen las alertas (relevancia del usuario, volumen de menciones, viralización, interacción).
  - Un resumen agregado diario enviado por correo electrónico que recoja un breve análisis descriptivo y calificado de los principales focos de conversación y menciones en torno a las marcas, productos, servicios y personas de la CCMA.
- La elaboración de informes periódicos y ad hoc.
- La formación del personal de la CCMA.

### **3.2.1 Herramienta de Escucha Activa**

La escucha activa se tiene que realizar mediante la herramienta de monitorización en formato Software as a Service (SAAS) que aporte el licitador. La herramienta o herramientas de monitorización tienen que reunir las siguientes características:

- Rastrear la conversación y menciones generadas en torno a los perfiles propios de 3Cat en las redes y comunidades online.
- Rastrear internet con la única limitación de que se trate de mensajes públicos (menciones, reseñas, artículos, comentarios y conversaciones) en redes sociales, webs, blogs, foros, medios online, etc.
- Permitir el acceso a la plataforma a las personas designadas por la CCMA para consultar los datos en tiempo real.
- Configurar cuadros de mando que faciliten la consulta, catalogación y visualización de datos en formato Software as a Service (SAAS) con acceso mediante navegador web y/o APP específica.
- Disponer de una interfaz fácil e intuitiva, apta para usuarios sin un perfil técnico.
- Permitir hacer búsquedas textuales y consultas en base a datos de la monitorización en tiempo real.
- Incluir el impacto de los mensajes y la influencia del autor de los mismos, según el número potencial de impresiones que puede tener un mensaje o del reach (alcance) en el supuesto de que sea posible obtenerlo, el número de seguidores del autor y la viralización e interacción del mensaje.
- Segmentar los mensajes a partir de las siguientes variables, como mínimo: geográficamente, por idioma, por canal, por fecha y hora, por viralización, por impacto, por queries, categorías o tags (hashtags) y por autores.



- Segmentar los autores de las menciones en función de su influencia o relevancia.
- Permitir la segmentación de las menciones por categorías, temáticas o por hashtags.
- Posibilitar la clusterización y el análisis de conversaciones y comunidades de influencers.
- Segmentar por audiencias.
- Identificar el sentimiento de los mensajes utilizando como mínimo la categorización: negativo, positivo y neutro.
- Permitir consultar los datos de todo el histórico de la escucha activa como mínimo desde el inicio del contrato ya sea de los ámbitos de escucha recurrente o de análisis puntuales que se hayan realizado.
- Permitir la configuración y la exportación vía descarga y correo electrónico de informes automatizados por parte de los usuarios CCMA.
- Exportar los resultados de las consultas en formato .CSV o Excel.
- Configurar y ajustar un sistema de alertas automáticas por correo electrónico, Whatsapp o sistemas de mensajería similares.
- Incorporar el aprendizaje automático (intermediando machine learning o sistemas de inteligencia artificial) que mejore la calidad de la escucha, el análisis y clasificación.

#### **3.2.1.1 Volumen de menciones**

El servicio incluirá un mínimo de 5.000.000 de menciones y mensajes de la escucha activa anuales.

En caso de que el consumo mensual supere las 400.000 menciones durante más de 3 meses consecutivos, el licitador propondrá las medidas necesarias a los equipos de la CCMA para ajustar el consumo final anual al límite establecido.

#### **3.2.1.2 Configuración y mantenimiento de la herramienta**

El licitador configurará la herramienta de escucha activa a partir del diccionario de palabras clave y conceptos a monitorizar y del diccionario de categorización consensuado con los equipos de la CCMA.

Esta configuración también tiene que incluir la conversación social generada en torno a los perfiles propios presentes y futuros de 3Cat. Este listado de perfiles propios variará durante el periodo de licitación sin coste añadido.

El licitador hará el mantenimiento de las configuraciones de seguimiento para ajustar, optimizar y actualizar los resultados de la escucha activa, haciendo limpieza para eliminar el ruido y los datos que no sean objeto de la escucha.

Este mantenimiento, también incluirá la actualización de los términos y conceptos sobre los cuales se hace seguimiento a partir de las peticiones de los equipos de la CCMA, siempre que estas actualizaciones no supongan sobrepasar el límite mensual de menciones incluido en esta licitación.



Las peticiones podrán hacerse por correo electrónico o en las reuniones periódicas de seguimiento. El licitador tendrá que incluir en la herramienta los términos solicitados antes de las 24 horas posteriores (en caso de festivos y fines de semana, los cambios tendrán que ser actualizados durante el día laborable inmediatamente posterior) y refinar los resultados.

### **3.2.1.3 Clasificación de los mensajes**

La herramienta de escucha activa tiene que permitir clasificar y visualizar de forma automática y en tiempo real los mensajes y menciones, como mínimo, por los criterios siguientes:

- Autor
- Fecha y hora del mensaje
- Fuente (plataforma, comunidad online, red social, etc.)
- Idioma
- Ubicación geográfica (siempre que sea posible)
- Impacto
- Número de seguidores del autor
- Proyección del número de visitantes mensuales del site (en el caso de foros, comunidades online, medios online, etc.)
- Indicadores de interacción y viralización (likes, comments, retuits, shares, etc.)
- Enlaces compartidos
- Sentimiento del mensaje
- Mención original, respuesta o compartición.

Además de estos criterios de categorización automática, la herramienta de escucha activa también tiene que permitir la configuración de reglas (rules) de categorización y etiquetaje masivo de menciones a partir de criterios semánticos o vinculados a cualquier de los valores o metadatos que acompañan a cada mención. La herramienta también ha de permitir configurar y actualizar listas de autores que permitan segmentar las menciones en función de catalogaciones específicas de los autores.

Estas categorizaciones y etiquetados masivos serán definidos y acordados entre los equipos del licitador y de la CCMA para facilitar la visualización y el análisis de los datos. El licitador tendrá que configurar las reglas semánticas y los algoritmos que permitan las categorizaciones y etiquetados definidos, así como las listas de autores.

### **3.2.1.4 Supervisión de los resultados**

Los resultados de la escucha activa, así como la clasificación automatizada y las clasificaciones y etiquetados masivos mediante reglas y algoritmos serán supervisados de forma permanente para los equipos del licitador para garantizar la calidad de los datos obtenidos. La plataforma tecnológica tiene que mejorar la fiabilidad de los resultados y su clasificación a partir de las correcciones que realice el analista (machine learning).

### **3.2.1.5 Análisis de los datos**



A partir de los datos ya supervisados y limpiados, especialistas de licitador tendrán que realizar los análisis que permitan extraer conclusiones y recomendaciones que orienten la toma de decisiones de los diferentes equipos de la CCMA.

A partir de este análisis de datos se obtendrán las conclusiones clave que se incluirán en los informes que se especifican en el apartado 3.2.3 de este pliego.

### **3.2.2 Sistema de alertas inteligentes**

La escucha activa de redes sociales y medios online incluirá un sistema de alertas que ofrezca dos rangos diferenciados de servicio:

- Alertas automáticas configurables y editables en base a diferentes criterios de sensibilidad que activen las alertas (relevancia del usuario, volumen de menciones, viralización, interacción).
- Un resumen agregado diario enviado por correo electrónico que recoja un breve análisis descriptivo y calificado de los principales focos de conversación y menciones en torno a las marcas, productos, servicios y personas de la CCMA.

#### **3.2.2.1 Alertas automáticas**

La herramienta tiene que permitir configurar un sistema de alertas automáticas a partir de criterios cuantitativos, vinculados a los volúmenes o a los metadatos de las menciones, o criterios semánticos (vinculados a las palabras clave).

A partir de esta funcionalidad, el licitador propondrá y definirá con los equipos de la CCMA y posteriormente configurará un sistema de envío de alertas inteligentes en tiempo real que diferencie los destinatarios de alerta en base a los diferentes niveles de alerta previamente definidos.

Este sistema de alertas inteligentes tiene que permitir detectar de forma anticipada tendencias relevantes cuantitativas y cualitativas en la conversación social y digital o eventuales focos de crisis de reputación en torno a la CCMA y sus marcas y personalidades incluidas en este servicio.

Este sistema de alertas incluirá el envío de las mismas por vía correo electrónico o apps y servicios de mensajería.

La herramienta tiene que permitir editar el nivel de sensibilidad y los criterios cuantitativos o semánticos.

- Propuesta de estructuración, condicionantes y palabras clave tentativas del sistema de alertas automáticas - aspectos mínimos que tiene que incluir:
  - Desglosar como se construirá el sistema de alertas
  - Definir criterios cuantitativos
  - Definir criterios cualitativos
    - Palabras clave
    - Palabras excluidas
  - Criterios avanzados:
    - Lengua
    - Localización



- Fuente
- Etc.

### **3.2.2.2 Resumen reputacional agregado y cualificado diario**

Además de este sistema de alertas automáticas, el licitador librará cada mañana laborable un resumen de las alertas calificadas más destacadas del día/s anteriores. Este resumen se remitirá vía correo electrónico. El resumen inmediatamente posterior a un día festivo incorporará también las menciones destacadas generadas durante el día festivo.

La no detección de un foco de crisis reputacional grave, así como su calificación en el resumen agregado, comportará una penalización de carácter grave.

En el caso de temas susceptibles de acontecer crisis o focos de crisis reputacional, y en aquellos que ya constituyan una crisis identificada, los equipos de la CCMA podrán solicitar al licitador la configuración de un dashboard específico que permita hacer seguimiento de la evolución de las menciones vinculadas.

- Apartados mínimos que tiene que incluir:
  - Resumen con la visión general de la actividad diaria en redes
  - Principales menciones positivas y negativas así como los temas de conversación más relevantes
  - Sentimiento

### **3.2.3 Elaboración de informes**

El licitador tendrá que librar una serie de informes. Estos tienen que tener un formato sintético, estandarizado, entendedor, visual y orientado a conclusiones.

Se realizará 1 reunión inicial presencial con el licitador para definir el detalle final de los informes: objetivos, contexto y fuentes, índice, contenido y formato.

En esta reunión se establecerá qué informes periódicos tendrá que librar el licitador. Incluirán como mínimo la realización de 24 informes mensuales, 2 informes anuales y 4 informes ad hoc.

#### **3.2.3.1 Informes Mensuales**

El servicio incluirá la realización de dos informes anuales de enfoque diferenciado: el informe reputacional y el informe de servicio, productos y personas.

##### **Informe reputacional**

El informe reputacional analizará la evolución de las menciones en 3Cat desde una perspectiva reputacional, tanto para criterios cuantitativos como cualitativos. El análisis cuantitativo la evolución de los principales indicadores y métricas, su clasificación por entornos, por agrupaciones, etc.

El análisis cualitativo se realizará a partir del análisis y parametrización humana de una muestra representativa del volumen total de las menciones del mes (una muestra que se ajuste a un nivel de confianza superior al 95% y un margen de error que no supere el 3%), que serán analizadas de forma manual para definir el sentimiento





(como mínimo positivo, negativo y neutro), temática (a partir de temáticas definidas con los equipos de 3Cat) y tipología de autor (a partir de temáticas definidas con los equipos de 3Cat).

El informe reputacional se entregará durante los 10 primeros días del mes siguiente al cubierto por el análisis, e incorporará tanto el análisis de los datos mensuales como la comparativa de evolución histórica, así como los zooms cualitativos por temáticas y tipologías de autor.

- Apartados mínimos que tendrá que incluir:
  - Explicación del índice
  - Evolutivo temporal y acumulado
  - Principales hitos de la conversación social del mes
  - Análisis de sentimiento (en base a la muestra cualitativa de análisis no automático)
  - Análisis de temáticas y desarrollo en profundidad de las principales áreas de interés
  - Análisis de tipología de autores
  - Análisis de impacto y viralización de contenidos
  - Análisis por ejes reputacionales
  - Análisis de usuarios más relevantes por cada plataforma social (influenciadores)

### **Informe de servicios, productos y personas**

El informe de servicios, productos y personas tiene que permitir entender la conversación social alrededor de los contenidos, las aplicaciones y servicios de 3Cat, los perfiles propios en comunidades y redes sociales y las personalidades con dimensión pública.

El informe incluirá la segmentación automática por entidades, contenidos, personas, etc. y abordará tanto el análisis de los datos mensuales como la comparativa de evolución histórica. Como mínimo, el informe tendrá que incluir el análisis de: la evolución global, principales temáticas y subtemáticas, clasificación y share of voice por ámbitos, principales autores, principales contenidos compartidos, principales menciones por impacto, etc.

El informe se entregará durante los 5 días del mes siguiente al cubierto por el análisis.

- Apartados mínimos que tendrán que incluir:
  - Evolutivo temporal y acumulado por verticales o ámbitos de interés (ex: TV3, Catalunya Ràdio, etc.)
  - Principales hitos de la conversación social del mes
  - Análisis de ámbitos de interés:
    - Principales métricas del ámbito
    - Resumen de temáticas y motores de conversación social del ámbito
    - Análisis de impacto y viralización de contenidos del ámbito
    - Análisis de usuarios más relevantes del ámbito

### **3.2.3.2 Informes Anuales**





### **Informe reputacional**

Tendrá el mismo formato que los informes mensuales, pero con datos anuales y con una síntesis de lo más destacado del año. Se librarán antes del día 20 del primer mes del año siguiente.

El informe reputacional anual aglutinará y hará una síntesis de la evolución de los análisis cualitativos mensuales e incorporará tanto el análisis de la evolución de los datos mensuales como la comparativa de evolución histórica, así como los zooms cualitativos por temáticas y tipologías de autor.

### **Informe de servicios, productos y personas**

Tendrá el mismo formato que los informes mensuales, pero con datos anuales y con una síntesis de lo más destacado del año. Se librarán antes del día 20 del primer mes del año siguiente.

El informe incluirá la segmentación automática por entidades, contenidos, personas, etc. y abordará tanto el análisis de los datos mensuales como la comparativa de evolución histórica. Como mínimo, el informe tendrá que incluir el análisis de: la evolución global, principales temáticas y subtemáticas, clasificación y share of voice por ámbitos, principales autores, principales contenidos compartidos, principales menciones por impacto, etc.

#### **3.2.3.3 Informes ad hoc y específicos de territorios**

El servicio incluirá la realización de hasta 6 informes específicos de investigación de territorio digitales o ad hoc. El alcance y cobertura de la investigación y del análisis se determinará, previa petición por parte de la CCMA, en una reunión de definición específica.

Estos informes tendrán el objetivo de identificar tendencias, analizar nuevos territorios, nichos o públicos, identificando motivaciones, activadores, influenciadores y dinámicas de la conversación social, así como recomendaciones y propuestas accionables en los ámbitos de los contenidos, la comunicación, el marketing, la mejora de productos y servicios o la atención al cliente entre otros.

- Los informes por territorio digital han de incluir, como mínimo:
  - Objetivo: enfocados a entender como se construye y se dinamiza la conversación social en un territorio digital específico:
    - Drivers de conversación
    - Principales temáticas
    - Influenciadores
    - Plataformas más habituales donde se genera la conversación social
- Informe ad hoc sobre tendencias agregadas de busca en buscadores online sobre todo el universo de palabras clave de la CCMA
  - Un informe que incluya el análisis acumulado y que permita ver patrones:



- Aprendizajes transversales descubiertos al recopilar todas las menciones de las palabras clave
- Contexto y análisis del mercado
- Influenciadores
- Volumen de buscas por palabra clave
- Agregación de las palabras clave por temáticas
- Entender los conceptos y agregaciones de conceptos de las menciones más habituales

### **3.2.4 Formación**

La CCMA podrá solicitar al adjudicatario formación básica para los equipos involucrados en el proyecto. El proveedor facilitará los materiales, y el formador y la CCMA aportarán los espacios físicos. Esta formación se dividirá en dos sesiones con el objetivo de facilitar el aprendizaje, con un máximo de 8 personas participantes y 2 horas de duración por sesión.

### **3.2.5 Servicios complementarios**

Se valorará de forma diferencial la incorporación a los informes mensuales tanto de reputación como de productos, servicios y personas, así como a los informes ad hoc de territorios digitales, del análisis de las tendencias agregadas de busca en los principales buscadores online (Google) sobre todo el universo de palabras clave de la CCMA o de los territorios digitales analizados.

Este análisis de tendencias tendrá que incluir acumulados y evolutivos del promedio de búsquedas mensuales para todas las palabras clave del universo de la CCMA o de los territorios digitales analizados, así como del análisis de las principales agregaciones de palabras, con el objetivo de responder las siguientes preguntas:

- Qué buscan los usuarios cuando buscan palabras clave relacionadas con la CCMA.
- Qué palabras clave y agregaciones, son las principales fuentes de busca. ¿Están las tendencias de búsqueda más vinculadas con el servicio o con los contenidos?
- Qué correlación hay entre búsquedas y conversación social (temáticas, etc.)
- Cuáles son las principales conclusiones que se pueden extraer de las variaciones y la evolución en las tendencias de búsqueda.

En caso de ofrecerse, el análisis se podrá realizar sobre Excel a partir de la exportación de valores y las principales conclusiones se podrán presentar en formato Power Point.

## **3.3 Lengua Vehicular**

La globalidad del servicio, así como todas las comunicaciones entre el adjudicatario y la CCMA, las presentaciones y toda la documentación y los entregables que impliquen



elaboración humana y no automática (resúmenes, informes), se realizarán de forma completa en lengua catalana.

#### **4. Características del servicio:**

El adjudicatario tendrá que poner a disposición de 3Cat toda la infraestructura, hardware y software necesarios, incluidas las licencias de uso y consumo de datos, para llevar a cabo correctamente el servicio.

El servicio objeto de esta licitación se ofrecerá de forma remota. Algunas reuniones, presentaciones y la formación se podrán hacer en las instalaciones de la CCMA. Una persona de la empresa adjudicataria actuará como jefe de proyecto o interlocutor con la CCMA. Esta persona velará para que los resultados que proporcione la herramienta estén adecuadamente configurados y sean pertinentes, y los entregables correspondan a lo que se pide.

Además de la interlocución y seguimiento de forma remota, como mínimo cada tres meses, el adjudicatario se reunirá con la CCMA para hacer seguimiento de la evolución del servicio, de forma virtual o presencial.

El número y composición de los perfiles profesionales asignados al servicio tendrá que tener la continuidad necesaria para asegurar una correcta ejecución del contrato con plenas garantías.

Para realizar el servicio con plenas garantías es imprescindible que el equipo asignado tenga los conocimientos en las tecnologías, metodologías y herramientas que se consideren críticas para el desarrollo del servicio.

Si el adjudicatario incorpora nuevo personal al equipo de trabajo durante la duración de esta licitación, tendrá que garantizar que este estará correctamente formado en la tecnología y software requeridos por el servicio, y que se cumple con los requerimientos recogidos en este pliego.

#### **4.1 Perfiles de profesionales asignados al servicio:**

El adjudicatario definirá un equipo dedicado a la realización de este proyecto de escucha activa que asegure la correcta configuración del servicio, así como el mantenimiento, coordinación, análisis y entregables definidos en el alcance del servicio.

Características de los perfiles necesarios:

- **Responsable de Coordinación del Servicio:** que actuará de responsable del servicio y de interlocutor directo con 3Cat:
  - Titulación universitaria superior
  - Más de 5 años de experiencia en la gestión y coordinación de proyectos de escucha activa, analítica y monitorización de redes sociales
  - Amplia experiencia en la gestión de reputación online, así como en la coordinación y ejecución de estrategias de dinamización de comunidades y contenidos online.



- Conocimiento profundo y extensivo de las métricas, indicadores y dinámicas y tendencias de las principales plataformas de redes sociales y comunidades online.
- Dominio oral y escrito de la lengua catalana
- **Analistas de Redes Sociales:**
  - Titulación universitaria superior
  - Más de 3 años de experiencia en el desarrollo de proyectos de escucha activa, analítica y monitorización de redes sociales
  - Amplia experiencia con herramientas de análisis avanzado de datos, de procesamiento y visualización de datos y programas de explotación estadística. Dominio y amplia experiencia demostrable gestionando y explotando herramientas de monitorización y análisis de redes sociales (Emplifi, Brandwatch, Talkwalker, NetBase, Sysomos, Digimind, Sprinklr, entre otros).
  - Conocimiento profundo y extensivo de las métricas, indicadores y dinámicas y tendencias de las principales plataformas de redes sociales y comunidades online.
  - Dominio oral y escrito de la lengua catalana

La acreditación de esta experiencia y conocimientos se hará a través de la (Solvencia técnica de los perfiles profesionales) del Pliego de Cláusulas Administrativas.

El adjudicatario asignará estos perfiles profesionales al servicio objeto de esta licitación.

El número y perfiles de las personas destinadas a dar servicio podrán variar en función de los requerimientos y necesidades durante la prestación del contrato.

Si el adjudicatario modifica la composición de los equipos lo tendrá que notificar previamente a 3CAT y tendrá que igualar, como mínimo, los requerimientos definidos en el presente pliego.

En caso de rotación del personal asignado al servicio, el adjudicatario tendrá que hacerse cargo de los gastos de formación del nuevo personal, evitando así que la sustitución cause efectos contrarios al correcto desarrollo del servicio.

Si el servicio no cumple el nivel mínimo exigido por 3CAT, esta podrá pedir al adjudicatario la actuación sobre sus perfiles para garantizar este cumplimiento

#### **4.2 Equipación e infraestructura**

El servicio se prestará desde las dependencias del adjudicatario excepto cuando se realicen reuniones presenciales puntuales como se describe en su punto 5.4 “Ubicación del Servicio” de este Pliego.

La empresa adjudicataria será responsable de proporcionar la equipación necesaria para la prestación del servicio. El licitador tendrá que hacerse cargo de la infraestructura, puesto de trabajo, hardware y software necesarios con sus licencias (ofimática, escucha activa y monitorización, análisis de datos, etc.), para llevar a cabo correctamente el servicio.



Los gastos de producción derivados de la ejecución del servicio, como por ejemplo los desplazamientos, serán a cargo del adjudicatario, con la limitación del ámbito del territorio de Catalunya.

## **5. Gobernanza y seguimiento del servicio**

### **5.1 Gestión y seguimiento del servicio**

La empresa adjudicataria actuará como jefe de proyecto y ofrecerá una persona de contacto en el departamento responsable del servicio a la CCMA, que en este caso será el HUB de Conocimiento de la Ciudadanía para centralizar la interlocución y facilitar la gestión y la continuidad necesarias para asegurar una correcta ejecución del contrato.

El adjudicatario asignará un Jefe de equipo que será el interlocutor y responsable de hacer el seguimiento de los trabajos asignados y de velar por la correcta ejecución del trabajo.

### **5.2 Protección de datos**

El adjudicatario tendrá que garantizar el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos. En este sentido, tendrá que disponer de las garantías tecnológicas para garantizar la privacidad de los datos personales, y tendrá que proporcionar a los usuarios información sobre las fuentes y los destinatarios de los datos, así como el propósito por el cual se procesan. También tendrá que disponer de los mecanismos necesarios para cumplir con el derecho de acceso de los usuarios a obtener una copia de sus datos en bruto.

El Delegado de Protección de Datos (DPD) de la CCMA velará por el cumplimiento de la plataforma con la normativa de protección de datos, si bien la responsabilidad sobre este cumplimiento recaerá en la empresa adjudicataria, como responsable del desarrollo y mantenimiento del servicio.

### **5.3 Disponibilidad de servicio**

Una vez se ponga en marcha el servicio de escucha activa a partir de la monitorización de redes sociales y comunidades online, la plataforma de visualización de datos tendrá que estar accesible diariamente tanto para los analistas del adjudicatario como para los equipos de 3Cat.

Si se tiene que realizar alguna tarea de mantenimiento de la plataforma, se tendrá que velar para que tenga la mínima incidencia en el servicio.

### **5.4 Ubicación del servicio**

La prestación del servicio se realizará en las instalaciones del adjudicatario, excepto aquellas reuniones definidas como presenciales que se desarrollen en las instalaciones de 3Cat.



## **5.5 Acuerdos de servicio y penalizaciones**

Se consideran incidencias en la ejecución del servicio las siguientes:

- Incidencias con la plataforma de monitorización de redes sociales y medios:
  - Un retraso en la carga y clasificación de los datos en la plataforma de más de 12 horas
  - Imposibilidad de acceder a la plataforma durante más de 12 horas consecutivas por parte de los equipos de 3Cat
- Incidencias de gestión del servicio:
  - La no realización de las actualizaciones en las configuraciones de seguimiento de palabras clave de la monitorización en los plazos establecidos
  - La no entrega de los informes en los plazos pactados
  - La no detección de un foco de crisis reputacional grave, así como su calificación en el resumen agregado, comportará una penalización de carácter grave.
- Incidencias de corrección lingüística:
  - La entrega de informes con faltas de ortografía o errores gramaticales en lengua catalana
- Incidencias generales:
  - En referencia a la relación entre el adjudicatario y el HUB
    - La no asistencia a una reunión presencial o telemática sin previo aviso
    - Un retraso de más de 24 horas por parte del adjudicatario al responder un correo o mensaje telemático por parte de su interlocutor de 3Cat en el horario de oficina de 9 a 18h de lunes a viernes en días laborables en Catalunya.

El responsable del servicio por parte de 3Cat tendrá como responsabilidad hacer un seguimiento de estas incidencias. Cada incidencia contará 1 punto.

Si el indicador de incidencias de servicio supera los 3 puntos acumulados en un mismo mes natural, 3Cat aplicará las siguientes penalizaciones, según corresponda:

- Entre 3 y 5 puntos: se aplicará un 10% de reducción en el importe proporcional de aquel mes a facturar
- Entre 6 y 9 puntos: se aplicará un 15% de reducción en el importe proporcional de aquel mes a facturar
- Si el indicador de incidencias iguala o supera los 10 puntos acumulados en el mismo mes natural, 3Cat se reserva el derecho a rescindir el contrato

## **6. Reunión informativa**



Las empresas interesadas en participar en la licitación tendrán que asistir a una Reunión informativa preparatoria en las instalaciones de CCMA, SA., en la sede de la televisión en Sant Joan Despí.

A tal efecto, tendrán que confirmar, por correo electrónico y antes del **23 de abril de 2024 a las 13:00 horas**, su asistencia a la siguiente dirección de correo electrónico:

[administracióserveiscompres@ccma.cat](mailto:administracióserveiscompres@ccma.cat)

indicando al asunto del correo: **CPO 2404OB04, visita a las instalaciones.**

En este correo tendrá que figurar, necesariamente, el nombre de la empresa, el nombre y el número de DNI de la persona o personas que asistirán (máximo dos), y el nombre de la persona de contacto, su teléfono y la dirección de correo electrónico.

Las visitas tendrán lugar el **día 24 de abril de 2024** a las 10:30 horas a las instalaciones de televisión de la CCMA, SA en Sant Joan Despí, en la calle de Oriol Martorell 1.

La reunión informativa preparatoria será con todas las empresas interesadas a la vez. A la sesión presencial se resolverán las dudas que tengan los licitadores.

La CCMA emitirá certificado de asistencia a esta reunión, y será imprescindible para poder participar en la licitación. Este certificado se tendrá que incluir al sobre A de la licitación. La no disposición de este certificado supondrá la exclusión del procedimiento.

Sant Joan Despí, abril de 2024