

CONTRACTE RELATIU AL

**SERVEI DE CLIPPING DE PREMSA I D'IMPACTES EN MITJANS, ESCOLTA
SOCIAL I MONITORITZACIÓ INTEGRADA DE LA REPUTACIÓ DE LA UOC**

EXPEDIENT HSE00022/2024

**PROCEDIMENT OBERT NO
SUBJECTE A REGULACIÓ HARMONITZADA**

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES
--

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	3
2. OBJECTE DEL CONTRACTE	3
3. SERVEIS A PRESTAR	4
3.1. LOT 1 - Clipping de premsa i Impactes en mitjans	4
3.1.1 Objectius de la contractació	4
3.1.2. Descripció general del servei	4
3.1.3. Equip de treball: Perfils professionals	4
3.1.4. Equip de treball: Mitjans tècnics	5
3.1.5. Plataforma de monitorització i informació d'impactes	5
3.1.6. Entrega i exportació de les dades de monitoratge:	14
3.1.7. Conservació de l'històric i exportació:	16
3.1.8. Condicions del servei:	16
3.2. LOT 2 - Escolta social de la conversa digital a la xarxa.	17
3.2.1. Objectius de la contractació	17
3.2.2. Descripció general del servei	17
3.2.3. Equip de treball: Perfils professionals	19
3.2.4. Equip de treball: Mitjans tècnics	19
3.2.5. Plataforma de monitorització	19
3.2.6. Entrega i exportació de les dades de monitoratge:	23
3.2.7. Conservació de l'històric i exportació	25
3.2.8. Condicions del servei	26
3.3. LOT 3 - Informe Integrat	27
3.3.1 Objectius de la contractació	27
3.3.2. Descripció general del servei	28
3.3.2. Equip de treball: Perfils professionals	28
3.3.3. Equip de treball: Mitjans tècnics	30
3.3.4. Recepció, importació i integració de les dades	30
3.3.4. Informes integrats	31
3.3.5. Condicions del servei	36
3.3.6. Conservació de l'històric i exportació:	36

1. INTRODUCCIÓ

La Universitat Oberta de Catalunya (d'ara endavant, "la UOC") és una universitat innovadora, arrelada a Catalunya i oberta al món, que forma les persones al llarg de la vida contribuint al seu progrés i al de la societat, alhora que duu a terme recerca sobre la societat del coneixement. El seu model educatiu es basa en la personalització i l'acompanyament de l'estudiant mitjançant l'*e-learning*; en aquest sentit, es tracta de la primera universitat a la xarxa a l'estat espanyol.

La UOC vol ser una universitat que, connectada en xarxa amb la resta d'universitats del món, impulsa la construcció d'un espai global de coneixement i la recerca frontera en societat del coneixement. Innova en el model educatiu propi que se centra en l'estudiant, oferint una formació de qualitat i personalitzable, per fomentar la seva competitivitat i contribuir al progrés de la societat.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

El Contracte té per objecte la prestació d'un servei que monitoritzi de forma integrada la reputació de la UOC en els mitjans tradicionals, digitals i xarxes socials.

Per a garantir l'execució del servei, es divideix en 3 lots, per a assegurar l'assoliment de l'objectiu conjunt de fer un seguiment de la reputació de la UOC.

Davant el plantejament estratègic de la Universitat, els objectius a assolir pel que fa al servei de monitorització reputacional de la UOC, són els següents:

1. Subministrament diari de recull de premsa i dels **impactes de la UOC en Mitjans de Comunicació** a través d'una eina de monitorització de mitjans.
2. Monitorització i informació **de l'escolta social de la conversa digital** a la xarxa a través d'una eina de monitorització.

En aquest apartat, es contemplen les necessitats de l'Àrea de Comunicació i de la Unitat d'Anàlisi del Mercat i Avantatge Competitiu (endavant UAMAC).

Aquesta eina facilitarà a l'Àrea de Comunicació obtenir la informació i monitorització de l'escolta social de la conversa digital a la xarxa sobre la UOC, identificant l'opinió

pública i les dinàmiques socials al voltant de la UOC i conèixer el posicionament de la marca a la xarxa.

Per la banda d'UAMAC, l'eina permetrà rastrejar, monitoritzar i recopilar dades de converses en línia útils per l'anàlisi i generació d'insights de valor sobre tendències al món universitari, així com al voltant de nous productes, serveis, models pedagògics, estratègies comunicatives, etc. (no restringit a competència), com monitoritzar la conversa digital que es pugués produir al voltant de programes formatius concrets (no vinculats només a la UOC).

3. **Integració, anàlisis i interpretació de les dades de les informacions i impactes en mitjans i l'escolta activa social** amb una visió integrada que permeti identificar el posicionament de la UOC respecte la competència i avaluar-ne la percepció, detectant de forma anticipada possibles crisis i obtenir propostes de millora i insights que ajudin a la presa de decisions.

El present servei haurà de complir tots els requeriments tècnics que es contemplen en el present Plec de Prescripcions Tècniques.

3. SERVEIS A PRESTAR

3.1. LOT 1 - Clipping de premsa i Impactes en mitjans de comunicació

3.1.1 Objectius de la contractació

Es requereix un subministrament diari, a l'Oficina de Mitjans de la UOC, d'un recull de les aparicions en premsa de la UOC en els mitjans de comunicació en l'àmbit Català, Espanyol i internacional, a través d'una plataforma digital, amb els requeriments establerts i descrits en el present Plec.

3.1.2. Descripció general del servei

La Universitat Oberta de Catalunya precisa de la contractació del subministrament de la plataforma i els serveis associats per obtenir la informació i monitorització de totes les aparicions en premsa referents a la UOC i altres paraules clau prèviament definides per

l'Oficina de mitjans de la UOC, apareguts als mitjans de comunicació (premsa, ràdio, televisió i internet) generalistes i especialitzats de referència, en català, castellà i anglès, d'àmbit de Catalunya i Estatal i àmbit internacional des de les 7 del matí del dia anterior fins a les 8 del matí del mateix dia de l'enviament del clipping.

Per poder realitzar aquesta tasca, la UOC tindrà accés a la plataforma o eina concreta de monitorització del clipping de premsa.

3.1.3. Equip de treball: Perfils professionals

L'empresa adjudicatària, haurà de garantir, en primer lloc el servei d'informació d'aparicions de la UOC en mitjans i en diferents canals de comunicació, i en segon lloc el seguiment del servei així com resoldre els dubtes o incidències tècniques que puguin sorgir durant la relació contractual. Per aquest motiu es requereix la següent proposta de perfils professionals:

- **Perfil d'Interlocutor/a** per a qüestions relacionades amb el seguiment global. Aquest és un perfil d'atenció al client/gestió de la demanda. Haurà de disposar d'una experiència de 3 anys en mitjans de comunicació, clipping i de titulació universitària en l'àmbit de comunicació.
- **Anotador tècnic / documentalista:** perfil documentalista periodístic encarregat de processar les fonts d'informació, validar el seu contingut en funció dels requeriments recollits en la proposta de la UOC. Subministrar la demanda dels continguts addicionals que puguin faltar del contingut diari ja subministrat que es detecti des de l'Oficina de Mitjans de Comunicació; gestionar les peticions d'incorporació d'impactes que des de l'Oficina de Mitjans de la UOC no es puguin portar a terme per problemes tècnics o altres aspectes interns.

El professional ha d'estar llicenciat en periodisme, comunicació o amb una titulació anàloga/equivalent amb una experiència de 3 anys en tasques similars a les especificades al present Plec.

L'adjudicatari ha d'oferir un servei de suport tècnic a la UOC que ha d'estar disponible de dilluns a divendres en horari d'oficina (de 8 a 17h) per telèfon i electrònicament. Aquest suport té com a objectiu resoldre incidències, dubtes o millores del servei.

Els idiomes que han de dominar tots els professionals anteriorment enumerats són català i castellà (nivell nadiu) i anglès (mínim un nivell B2).

3.1.4. Equip de treball: Mitjans tècnics

Es requereix disposar dels següents mitjans tècnics:

- Hardware, ordinadors i connexió a Internet
- Eines bàsiques d'ofimàtica: Word, Excel, PowerPoint, PDF.
- Paquet d'edició gràfica i maquetació.
- Plataforma per recollir els impactes dels mitjans de comunicació.

3.1.5. Plataforma de monitorització i informació d'impactes

L'accés al recull de premsa es farà a través d'una plataforma digital, d'accés protegit mitjançant un usuari i una contrasenya, que proporcionarà l'adjudicatari.

Accés a la plataforma:

- Accés a una pàgina web o una plataforma en línia amb accés des de lloc web al qual es pot accedir des d'un ordinador o qualsevol dispositiu mòbil, protegit a través d'usuari i contrasenya en la qual la UOC disposi d'un perfil d'administrador que mostri tots els continguts de la jornada articulat amb seccions.
- Oferir un mínim de 7 usuaris amb accés complet d'administració per a diferents usuaris definits per l'Oficina de Mitjans de la UOC.
- L'accés a la plataforma pels usuaris de la UOC ha de permetre consultar, editar i afegir noves informacions, a més de facilitar l'accés d'altres membres que es constitueixin com a convidats amb funcionalitats d'edició capades.

Usabilitat de l'eina:

- L'eina ha de ser intuïtiva amb l'opció d'edició manual àgil i usable per la gestió diària.
- L'eina ha de tenir una opció de cerca avançada per refinar les cerques i obtenir resultats més exactes.
- Possibilitat de moure d'ordre diversos impactes, en una mateixa pauta/carpeta i fer moviments massius des dels panells d'arxiu de les diferents notícies.

Informació d'impactes:

El subministrament dels continguts del servei es transmetrà de manera telemàtica mitjançant una plataforma a través d'internet, des de qualsevol punt i en qualsevol moment, que permeti la seva gestió qualitativa per part de l'Oficina de Mitjans amb accés d'un perfil d'administrador.

- Subministrament d'un número il·limitat d'aparicions en premsa diari (des de les 7 del matí del dia anterior fins a les 8 del matí del mateix dia de l'enviament del clipping), inclòs el seguiment realitzat durant el cap de setmana, dels mitjans de premsa, ràdio, televisió i mitjans digitals.
- Es valorarà positivament la informació de podcast dels propis mitjans.
- En cas de no poder controlar o rastrejar les informacions, s'ha de poder incloure manualment i posteriorment arxivar-ho.
- Permetre als Usuaris UOC amb accés a la plataforma la incorporació de contingut d'aparicions en mitjans digitals detectats per l'Oficina de Mitjans de la UOC.
- En cas de detectar una aparició en premsa, ràdio o televisió que no hagi estat rastrejat per l'adjudicatari, l'Oficina de Mitjans informarà del tall de l'impacte perquè aquest sigui editat i un tècnic de l'empresa adjudicatària haurà d'incorporar a la plataforma el tros de la notícia editada.
- Ha de permetre la importació, a través de tecnologia CSV, XML o un altre estàndard tecnològic d'àmplia implantació al sector, dels impactes en mitjans de comunicació recollits en plataformes de clipping d'altres companyies. D'aquesta manera, es facilita una cerca unificada d'impactes per part de la UOC i a efectes de la possible incorporació dels impactes d'origen extern al clipping diari que s'envia per correu electrònic.
- El retard en el subministrament dels continguts (és a dir, a partir de les 8am) haurà de ser justificat, ja sigui per dificultats tècniques puntuals o inexistència total d'aquell dia dels continguts demandats per causes excepcionals. Pel cas que aquest retard representi més de 6 dies durant 4 mesos consecutius es considerarà falta molt greu i es penalitzarà d'acord amb l'establert a l'apartat R-Nivells de sancions aplicables i faltes específiques del Quadre Resum del Plec de Clàusules Particulars.

Funcionalitats de l'eina:

1. Alertes:

- Sistema d'enviament d'alertes valorant la possibilitat que les alertes es puguin rebre al mòbil, mitjançant una app o un sistema de notificacions.
- L'adjudicatari ha de facilitar un servei d'enviament d'alertes pel qual, s'informa de les diferents aparicions que durant el dia estan sortint als mitjans de comunicació sobre la UOC, als usuaris prèviament definits per la UOC.
- S'ha de poder configurar el marge temporal en el qual es reben les informacions (agregats en funció d'aquesta franja temporal).
- Configuració d'alertes en funció de l'interès o necessitat puntual.
- Ha d'informar de les aparicions repetides dels diferents mitjans a través de les alertes.

2. Gestió i cerca dels impactes :

- Les informacions s'han de poder gestionar de manera massiva, en una mateixa pauta/carpeta.
- Organització en carpetes o etiquetatge de les notícies per facilitar la seva cerca.
- S'ha de poder editar el títol i descripció de la notícia.
- Necessitat de que el repositori permeti buscar i recuperar informació mitjançant un cercador avançat que permeti discriminar els resultats de la cerca per intervals de dates, tipus i nom de mitjans i àmbit geogràfic, expert o nom de la persona de la UOC citada.
- Necessitat de poder accedir a un repositori històric d'aparicions que permeti recuperar la informació de dies anteriors, mesos o anys.
- Es necessita la importació a la plataforma de l'històric dels impactes de l'any anterior. La UOC facilitarà aquest històric a l'empresa contractista per tal que faci la importació indicada en format CSV.
- Es valorarà la importació com a repositori de consulta a la plataforma, de l'arxiu històric d'aparicions de la UOC en Mitjans des de l'any 2010 fins la finalització del present contracte.
- Fer possible la incorporació de la informació importada per part de l'oficina de Mitjans de la UOC i de les aparicions dels anys anteriors importades en el clipping diari que s'envia per correu electrònic.

3. Butlletins (Recull de premsa):

- El gestor de continguts ha de possibilitar a través d'una plana o planes editables qualitativament: editar, endreçar la informació per importància, data, mitjà o autor i descartar informacions.
- Necessitat que l'eina que facilita l'adjudicatari permeti que la informació subministrada, després de ser endreçada i editada, tingui també una sortida en forma de butlletí electrònic o revista digital que permeti l'enviament de tots o part dels continguts a destinataris a través de correu electrònic, afegint enllaç a la notícia, títol, mitjà, autor, data, àmbit geogràfic.
- Permetre generar pdf: La possibilitat de donar sortida al recull en format PDF de tots els impactes del dia i deixar arxivat en la plataforma.
- La visibilitat d'aquests impactes al butlletí o revista digital ha de ser gràficament agradable, amb previsualitzacions de vídeo, imatge o àudio dels impactes que permeti una ràpida i fàcil visualització d'aquests.
- Adaptació del butlletí al llibre d'estil de la UOC.
- Enviament als destinataris en còpia oculta a una llista de distribució proporcionada per la UOC o carregada a la plataforma de l'empresa adjudicatària.

4. Sindicació:

- Els impactes han de tenir una sortida tecnològica que possibiliti la incrustació en qualsevol altra web mitjançant l'estàndard XML Really Simple Syndication (RSS). Aquest canal ha de ser editable qualitativament per l'Oficina de Mitjans de Comunicació, possibilitant que es pugui endreçar la informació per importància, descartant impactes i afegint-ne de nous en tots els formats requerits.
- Es valorarà que el butlletí diari tingui vinculació i sortida a la intranet de la comunitat UOC.

5. Dashboard:

- Es valorarà un panell on es pugui consultar una anàlisi global dels impactes i en un període determinat de temps i en el que s'obtingui informació per tipus de mitjà, el to de les notícies per pauta (estudis, recerca, experts...) i la presència de la UOC per suport.

Informació dels impactes segons tipologia de Mitjà

1. Premsa Escrita

- **Univers:** Premsa escrita d'àmbit provincial i local de Catalunya i les diferents CCAA d'Espanya i abast estatal a Espanya. Es valorarà les informacions en premsa de mitjans locals de la resta de CCAA. Podent implantar el seguiment de nous mitjans de premsa escrita en el curs de duració del contracte.
- Retalls de notícies (diaris, setmanaris, revistes, etc.) o paraules clau definides en premsa escrita: Retall en format PDF (Portable Document Format) amb la pàgina sencera del diari i/o retall en bona qualitat de la informació i format text on sigui visible la relació amb les paraules claus.
- S'aportarà informació sobre el mitjà on apareix la notícia, data, titular, relació que té la informació amb la UOC o els seus experts, difusió, secció, espai que ocupa la notícia.
- Possibilitat d'enviar una notícia des de l'oficina de mitjans per a poder ser afegida i informada a l'eina de clipping.

2. Mitjans radiofònics

- **Univers:** Aparicions de la UOC en ràdios d'àmbit provincial i local de Catalunya i les diferents CCAA d'Espanya i abast Estatal. Es valorarà els impactes en ràdios locals de la resta de CCAA.
- Per motiu d'estratègia de comunicació s'han de cobrir les emissores autonòmiques i les delegacions de cadenes estatals a les CCAA, principalment les del llistat adjunt, donat que són mitjans amb gran abast i hi ha constància d'un històric de publicacions recurrents amb menció a la UOC.

València	A Punt
Aragó	Aragón Radio
Canàries	Canarias Radio
Catalunya	Catalunya Ràdio
Estatal	Cadena Cope
Tenerife	Canal 4 Tenerife
Andalucia	Canal Sur Radio
Euskadi	Euskadi Irratia
Nacional	Es Radio
Baleares	IB3 Ràdio
Estatal	Onda Cero
Madrid	Onda Madrid

- Subministrament de talls radiofònics on hi aparegui certa relació amb la UOC o les paraules claus indicades.
- Informació sobre el mitjà aparegut, titular, data, hora, programa, audiència del programa, tema i relació que té la informació amb la UOC.
- Tall de veu en format àudio, el més editat possible, en format MP3, WAV, etc., i que pugui ser descarregat per part de l'usuari que rep el recull.
- Es podrà implantar el seguiment de nous mitjans de ràdio en el curs de la duració del contracte.
- Possibilitat d'informar del tall radiofònic des de l'Oficina de Mitjans per a editar i afegir a l'eina de clipping.
- El servei ha de passar avís d'impacte repetit en el cas que aquell impacte que es vol incloure ja estigui registrat a la plataforma.

3. Mitjans Televisius

- **Univers:** Aparicions de la UOC en televisions d'àmbit provincial i local de Catalunya i les diferents CCAA d'Espanya i abast estatal. Es valorarà els impactes en televisions locals de la resta de CCAA.
- Per motius d'estratègia de comunicació s'han de cobrir les televisions autonòmiques i les delegacions de televisions estatals a les CCAA, principalment les del llistat adjunt, donat que són mitjans amb gran abast i hi ha constància d'un històric de publicacions recurrents amb menció a la UOC.

#Vamos	Nacional
13 Televisión	Nacional
Antena 3	Nacional
Aragón TV	Aragón

Barcelona TV	Barcelona
Cuatro	Nacional
Canal Sur	Andalucia
Castilla-La Mancha Media CCM	Castilla la Mancha
Discovery Max	Nacional
ETB1	Bilbao
IB3 Televisió	Baleares
K33/ SUPER 3	Catalunya
La Sexta	Nacional
Movistar	Nacional
Negocios TV	Nacional
Televisió Eivissa i Formentera	Balears
Tele 5	Nacional
Telemadrid	Madrid
Televisión Canarias	Canarias
TV1	Nacional i CCAA
TV2	Estatal i CCAA
Canal 24	Estatal
TV3	Catalunya
TVG	Galicia

- Subministrament de talls audiovisuals on hi aparegui certa relació amb la UOC i amb àmbits descrits o les paraules claus indicades.
- Informació sobre el mitjà aparegut, titular, data, hora, programa, tema, audiència del programa i relació que té la informació amb la UOC. El titular i la descripció han de ser editables.
- Arxiu de vídeo, el més editat possible, en format MP4 i que pugui ser descarregat en alta qualitat i visualitzat per part de l'usuari que rep el recull.
- El servei no ha de tenir limitacions de capacitat en quant a mida i durada dels vídeos.
- Possibilitat d'informar des de l'Oficina de Mitjans per a editar i afegir el tall audiovisual a l'eina de clipping.
- Es podrà implantar el seguiment de nous canals de televisió en el curs de la duració del contracte.
- El servei ha de passar avís d'impacte repetit en el cas que aquell impacte que es vol incloure ja estigui registrat a la plataforma.

4. Mitjans Digitals

- **Univers:** Impactes en tots els mitjans digitals de Catalunya, provincials i locals i les diferents CCAA d'Espanya i Abast Estatal.
- Incloure la informació de les notícies per a subscriptors en mitjans generalistes com La Vanguardia, El País, El Mundo, El confidencial, El Periódico, l'ARA, etc., i dels principals mitjans sectorials, com per exemple Expansión. Informant com a mínim de l'enllaç i la descripció de la notícia.
- Incloure la informació de les notícies per a subscriptors de mitjans regionals com els del Prensa Ibérica o La Voz de Galicia, grupo Vocento, grupo Prisa, informant com a mínim de l'enllaç i la descripció de la notícia.
- Mitjans digital internacionals: informar de les notícies orgàniques internacionals de màxima audiència a LATAM i Europa i en mitjans sectorials de temàtica educativa.
- Ha d'informar de les notícies relacionades amb la competència més directe (UNIR i UNED): número d'informacions orgàniques i impactes en audiència, top cinc de temes millor posicionats.
- Es valorarà aportar notícies relacionades amb la competència (UNIR, UNED, UDIMA, Isabel I, VIU, UNIE): número d'informacions orgàniques i Impactes en audiència, top cinc de temes millor posicionats, top cinc de mitjans on s'han posicionat.
- Enllaç directe (URL) a la notícia en qüestió on hi apareix la relació amb la UOC o alguna de les paraules clau indicades, informació sobre el mitjà aparegut, titular, data, tema, impactes en audiència, relació que té la informació amb la UOC.
- Enllaç amb accés al contingut d'aquelles notícies que es publiquin sota un mur de subscripció o de pagament en mitjans d'àmbit estatal, autonòmic, regional o local. Aquest accés no suposarà cap cost afegit per a la UOC més enllà del preu adjudicat del servei.
- Es valorarà que les notícies de continguts de pagament s'incloguin en obert per a la sindicació a un site extern.
- Les notícies publicades en webs dels mitjans audiovisuals també s'inclouran.
- El servei ha de passar avís d'informació repetida en el cas que aquella notícia que es vol incloure ja estigui registrada a la plataforma.
- Les notícies online en obert han de poder tenir una sortida sindicada a un site extern.

5. Nous Formats: podcast

- Es valorarà incloure les mencions en podcast dels propis mitjans i en els principals canals de youtube informatius.

3.1.6. Entrega i exportació de les dades de monitoratge:

- Es farà una entrega mensual de les dades importades a la plataforma de clipping a través d'una API de la propia plataforma de clipping o l'entrega d'un fitxer en format CSV, XML o altre format per compartir-lo a través d'una eina de missatgeria o plataforma de monitorització indicada per a l'empresa contractista del Lot 3, encarregada d'integrar, monitoritzar i analitzar les dades referent a les informacions en mitjans de comunicació durant el mes / trimestre / any.
- El fitxer s'enviarà com a data màxima el dia 2 i 3 de cada mes incloent les dades del mes anterior o en cas de caps de setmanes i/o festius, el dia següent hàbil. El retard podrà ser objecte de penalització, segons s'indica al PCP.
- Dades necessàries, com a mínim i amb caràcter no limitatiu, podent afegir altres dades específiques a requeriment previ de la UOC si així es requereix, a incloure en el fitxer mensual

○ **Desglossament per notícia on apareix la UOC:**

- **Mitjans digitals:** Enllaç on apareix la notícia amb informació sobre el titular, autor, descripció, data, hora, àmbit geogràfic, suport digital i mitjà, tema de la notícia, titular de temes de recerca, protagonisme de la notícia en les notícies publicades (titular, cos o menció) i espai de la notícia a la pàgina, *temps de reproducció en cas d'audio o video, impactes en audiència*.
- **Ràdio, televisió:** Titular de la notícia, descripció, data, hora, àmbit geogràfic, programa de ràdio o televisió on apareix, mitjà on apareix la notícia, tema de la notícia, titular de temes de recerca, protagonisme de la notícia i espai de la notícia en el programa, *temps de reproducció en cas d'audio o video, impactes en audiència*.
- **Prensa escrita:** Titular, descripció, data, hora, àmbit geogràfic, mitjà, tema de la notícia, titular de temes de

recerca, protagonisme de la notícia en les notícies publicades (titular, cos o menció) i espai de la notícia a la pàgina, *impactes en audiència*.

- **Resum de dades per tipus de suport:** premsa, ràdio, televisió, mitjà online, incloent el número total de notícies i al mitjà o grup de comunicació al que pertanyen, així com els impactes en audiència.
- **Resum per tipus de suport online** incloent el número total de notícies i al mitjà o grup de comunicació al que pertanyen i els impactes en l'audiència.
- **Resum de dades per informació de desglossament per notícia on apareix l'impacte d'altres empreses del sector de l'educació superior:** Número d'informacions orgàniques i Impactes en audiència, top cinc de temes millor posicionats, és valorable els top cinc de mitjans on s'han posicionat.

Procés de transferència de dades: Les empreses implicades en el procés (lot 1 i lot 3) es comprometen a col·laborar per a la transferència de dades entre sistemes, incloent-hi la creació de protocols i procediments per assegurar-se que la informació es transfereixi de manera eficaç, sense errors, i respectant els terminis establerts a l'apartat 3.1.6. Això inclou, però no es limita a:

- La definició dels formats de les dades exportades.
- La validació de la integritat de les dades abans de la transferència.
- La sincronització entre els diferents sistemes implicats en cas de que sigui necessari.

Notificació d'incidències: En cas de produir-se qualsevol incidència durant el procés de transferència i integració de dades (com ara errors de transferència, pèrdua de dades o problemes d'integració), les empreses implicades hauran de notificar aquesta incidència de manera immediata a la UOC. A més, hauran d'adoptar les mesures correctives per solucionar l'incidència en el termini establert de 24h.

Terminis i responsabilitats: L'empresa adjudicatària haurà de complir els terminis establerts per a la transferència de dades i respectant els terminis establerts a l'apartat 3.1.6.. En cas d'incompliment, s'aplicaran les penalitzacions corresponents indicades en el PCP.

3.1.7. Conservació de l'històric i exportació:

L'històric de dades es conservarà a la base de dades de l'empresa adjudicada del present contracte i estarà sempre a disposició de la UOC així com tota la informació que el contractista hagi anat lliurant al llarg de la relació contractual. Sempre que sigui necessari i/o un cop finalitzi el contracte, l'empresa adjudicatària lliurarà a la UOC tota la informació i dades necessàries que s'hagin elaborat al llarg del temps.

L'empresa adjudicatària es compromet a col·laborar per a la transferència de dades entre sistemes de bases de dades de la mateixa UOC o cap a l'empresa adjudicada a prestar el mateix servei, un cop finalitzi el present contracte.

3.1.8. Condicions del servei:

Formació

El licitador realitzarà una formació al personal de la UOC amb accés a l'eina a l'inici del servei. El proveïdor facilitarà els materials i el formador, i la UOC els espais físics, en cas que la formació es vulgui fer presencial.

Seguiment

El servei objecte d'aquesta licitació s'oferirà de forma remota (excepte pel que fa a algunes reunions i a la formació, segons la conveniència de l'equip de la UOC).

Una persona de l'empresa adjudicatària actuarà com a interlocutor amb la UOC. Aquesta persona vetllarà perquè els resultats que proporciona l'eina siguin pertinents, se'n refini la configuració i la transferència de dades responguin al que es demana. A més de la interlocució i seguiment de forma remota (per telèfon, correu electrònic o videoconferència), com a mínim 2 cops a l'any el licitador es reunirà amb la UOC per a fer seguiment de l'evolució del servei, de forma virtual o presencial.

En cas de moviments inusitats en la conversa, l'interlocutor o qui es designi per part de l'adjudicatària haurà d'estar localitzable i disponible per a respondre consultes o peticions extraordinàries.

Incidències

Es considerarà incidència qualsevol disfunció, error o fallada tècnica en l'eina o sistema proporcionat pel contractista, que impedeixi el seu ús normal o que afecti la qualitat del

servei contractat.

Notificació d'incidències: El contractista es compromet a notificar qualsevol incidència que afecti el sistema dins del termini màxim de 24 hores des de la seva detecció. La notificació s'haurà de fer per escrit via correu electrònic al responsable del contracte, indicant la naturalesa de la incidència, les causes possibles i les accions correctives proposades.

Temps de resposta i resolució: El contractista haurà de resoldre les incidències en un termini màxim de 24 hores des de la notificació.

Si el contractista no pot resoldre la incidència en aquest termini, s'haurà de proporcionar una solució temporal o alternativa, i s'informarà al responsable de l'òrgan de contractació sobre l'estat de la incidència.

En cas que el contractista no compleixi els terminis establerts per a la resolució de les incidències o no proporcioni una solució temporal acceptable, l'òrgan de contractació podrà aplicar penalitzacions segons el que es disposi en la clàusula corresponent de les condicions generals del contracte.

3.2. LOT 2 - Escolta social de la conversa digital a la xarxa.

3.2.1. Objectius de la contractació

La Universitat Oberta de Catalunya precisa de la contractació del subministrament de la plataforma per obtenir la informació i monitorització de l'escolta social de la conversa digital a la xarxa sobre la UOC i serveis associats. El que es pretén és identificar l'opinió pública i les dinàmiques socials al voltant de la UOC i conèixer el posicionament de la marca a la xarxa.

La plataforma també haurà de possibilitar rastrejar, monitoritzar i recopilar dades de converses en línia útils per l'anàlisi i generació d'insights de valor sobre tendències al món universitari, així com al voltant de nous productes, serveis, models pedagògics, estratègies comunicatives, etc. (no restringit a competència), com monitoritzar la conversa digital que es pugués produir al voltant de programes formatius concrets (no vinculats només a la UOC).

Per poder dur a terme aquesta tasca, la UOC tindrà accés a la plataforma o eina concreta de monitorització de la conversa digital.

3.2.2. Descripció general del servei

El servei a cobrir en aquesta licitació és monitoritzar i analitzar el que es diu a la xarxa sobre la Universitat, els esdeveniments, l'oferta educativa, les persones rellevants de la comunitat UOC (directius, personal docent i investigador, personal de gestió, alumnis, estudiants, etc.), la competència i termes genèrics propis del sector. Capturar dades de diverses fonts en temps real (xarxes socials, fòrums, blogs, notícies, etc.) i proporcionar els *dashboards* útils per a la presa de decisions a través de la plataforma de monitoratge. Així mateix, també rastrejar, monitoritzar i recopilar dades de converses en línia útils per l'anàlisi i generació d'insights de valor sobre tendències al món universitari, al voltant de nous producte o programes formatius concrets (no vinculats només a la UOC), serveis, models pedagògics, estratègies comunicatives, etc (no restringit a competència).

El licitador proposarà, juntament amb la UOC, un **llistat de paraules clau** a monitoritzar a partir d'aquests conceptes. Aquest llistat de paraules es podrà anar modificant i ampliant sense cap cost extra. També es confeccionarà un diccionari semàntic agrupant conceptes en una mateixa família o categoria.

Els canals on cal realitzar l'escolta activa inclouen canals i xarxes socials, blogs, sites de reviews, webs, fòrums, plataformes de vídeo, comunitats, espais de comentaris i ressenyes, apps i mitjans online. També ha d'incloure els canals propis presents i futurs de la institució per a fer-ne el seguiment. Aquest llistat d'espais, pot variar al llarg del període de licitació poden afegir canals a monitorar sense cost afegit.

L'univers a estudiar són les referències fetes a Espanya i Llatinoamèrica, especialment fent focus a Espanya, Colòmbia, Xile, Perú, Equador, i Mèxic, continent europeu i països anglòfons (Regne Unit, Estats Units, Austràlia, Canada...). L'eina haurà de monitoritzar les mencions en català, castellà i anglès.

L'eina ha de permetre la importació e integració de les dades de les cerques rellevants prèviament extretes en format .csv o un altre format tecnològic de l'any anterior, per tal que es puguin fer dashboards i comparatives amb dades actuals.

El servei també ha d'incloure l' exportació i **entrega mensual d'un fitxer en format CSV, Excel**, a través d'una API o un altre estàndard tecnològic d'àmplia implantació al sector per compartir-lo a través d'una eina de missatgeria o plataforma indicada per a l'empresa

adjudicada del lot 3 amb l'objectiu d'analitzar i monitoritzar les dades referent a les mencions i extreure les conclusions necessàries referent al posicionament i la reputació de la UOC.

3.2.3. Equip de treball: Perfils professionals

L'empresa licitada, haurà de garantir el servei d'informació de l'escolta social de la UOC a través de la plataforma d'escolta activa i per aquest motiu es requereix la següent proposta de perfils professionals.

- **Perfil d'Interlocutor/a** per a qüestions relacionades amb el seguiment global. Aquest és un perfil d'atenció al client/gestió de la demanda. Haurà de disposar d'una experiència de 3 anys en projectes de màrqueting digital o comunicació i de titulació universitària en l'àmbit de màrqueting i comunicació.
- **Perfil Data Manager:** Analista amb experiència mínima de tres anys en gestió d'eines de monitorització. Llicenciatura o Grau en l'àmbit de les ciències socials amb especialització o formació de postgrau en anàlisi estadística, màrqueting digital o comunicació, gestió de xarxes socials o gestió de la reputació en línia.

L'Adjudicatari ha d'oferir un servei de **suport tècnic a la UOC** que ha d'estar disponible de dilluns a divendres en horari d'oficina (de 8 a 17h) per telèfon i electrònicament. Aquest suport té com a objectiu resoldre incidències, dubtes o millores del servei.

Tots dos perfils han de comptar amb domini del català i l'espanyol (nivell nadiu o a partir de C1 del Marc Europeu Comú de Referència) i nivell d'anglès a partir del B2 del Marc Europeu Comú de Referència, o equivalent al First Certificate.

3.2.4. Equip de treball: Mitjans tècnics

Es requereix disposar dels següents mitjans tècnics;

- Hardware, ordinadors i connexió a Internet
- Eines bàsiques d'ofimàtica: Word, Excel, PowerPoint, PDF.

- **Eina d'anàlisi:** Per monitoritzar i analitzar grans volums de dades i informar sobre l'escolta social.

3.2.5. Plataforma de monitorització

L'escolta s'ha de realitzar mitjançant l'eina ofertada pel licitador. Les principals funcionalitats que ha de tenir l'eina són:

Monitorització de mencions en temps real: Identificació de tot el que es diu sobre la marca, producte o tema monitoritzat en temps real, a través de totes les plataformes possibles.

Anàlisi de sentiments: Estudi de les emocions associades a les mencions (positives, negatives, neutres) per ajudar a comprendre com es percep un tema o la marca a la xarxa.

Detecció de tendències: Identificació de temes emergents o de converses en auge.

Comparatives amb competidors: Comparar el rendiment de la UOC amb el dels competidors en termes de mencions i sentiment.

Anàlisi de la influència i abast: Determinació de quins usuaris o influenciadors estan parlant d'un tema, així com l'abast d'aquestes converses (quantitat d'usuaris implicats i el seu impacte potencial).

Accés a la plataforma:

Accés a una pàgina web o una plataforma en línia amb accés des d'un ordinador o qualsevol dispositiu mòbil, protegit a través d'usuari i contrasenya.

Oferir un mínim de 10 llicències amb accés a fer consultes a temps real i la possibilitat d'activar alertes per altres usuaris del departament de comunicació de la UOC i consultar els Dashboards configurats per l'empresa licitada.

Usabilitat de l'eina:

Disposar d'una interfície intuïtiva, eficient i dissenyada per ajudar els usuaris a assolir els seus objectius de manera ràpida i senzilla.

Recopilació de dades i Informació de les mencions:

- Recollir un mínim de 100.000 mencions mensuals dels espais indicats i l'univers a estudiar.
- Informar de l'impacte dels missatges i la influència de l'autor dels mateixos, segons el número potencial d'impressions que pot tenir un missatge. Identificar el sentiment dels missatges utilitzant les següents categories: negatiu, positiu i neutre permetent d'aquesta manera monitorar els pains i gains i incorporar-los al journey.
- Espais on cal fer l'anàlisi: xarxes socials, blogs, sites de reviews, webs, fòrums, plataformes de vídeo, comunitats, espais de comentaris, apps i mitjans online, poden afegir més canals sense cost afegit. També ha d'incloure els canals propis presents i futurs de la institució per a fer-ne el seguiment.

Segmentació i classificació:

- **Segmentació per temes o categories:** Classificar els comentaris o les mencions per temes específics, per exemple, "problemes amb el servei al client".
- **Classificació per tipus d'influència:** Usuaris més influents que estan parlant sobre el tema o la marca, així com quins canals estan generant més discussions.
- El licitador a través de la plataforma ha de classificar els missatges, com a mínim, pels criteris següents:
 - Autor
 - Data i hora del missatge
 - Idioma
 - Ubicació geogràfica (sempre que sigui possible)
 - Impacte
 - Enllaços compartits
 - Noms que hi apareixen
 - Marques comercials que hi apareixen
 - Sentiment del missatge
 - Canal propi o canal de tercers

Configuració de la plataforma:

La plataforma s'ha de poder configurar i personalitzar de la següent manera, podent sol·licitar modificacions en funció de l'activitat de la UOC i de les necessitats pròpies del servei.

- Construcció personalitzada de panells de control al que es pugui accedir des d'un navegador web.
- Permetre que els usuaris de la UOC amb accés a la plataforma puguin fer cerques i consultes en temps real i en el menor temps possible.
- El licitador ha de proposar una cadena de cerca definida que detecti les mencions al voltant de la marca, els productes i serveis, les persones rellevants de la comunitat UOC (directius, personal docent i investigador, personal de gestió, alumnis, estudiants, etc.), la competència i termes genèrics propis del sector estudiantil.
- El licitador farà manteniment de la cadena de cerca per a que proporcioni resultats pertinents, fent neteja dels termes que no aportin a la marca per tal d'eliminar el soroll.
- La UOC pot demanar ampliar els termes de cerca dels que fer seguiment en un plaç màxim de 24h per fer la incorporació.
- Segmentar els missatges: geogràficament, per idioma, per canal i per data, per audiència i per autors en funció de la seva influència.
- Possibilitar la clusterització segons converses i influencers.
- Permetre la segmentació de les mencions per categories estratègiques.
- Permetre el seguiment de la competència: un mínim de 5 universitats (UNED, UNIR, UDIMA, Isabel I, VIU) i un màxim de 15 universitat. El seguiment de la competència es farà sobre el mateix paràmetres establerts per la UOC i informació dels missatges entorn aquestes.
- L'eina ha de permetre accedir a les queries per supervisió i modificació per part dels usuaris UOC.
- Rastrear tot internet amb l'única limitació que es tracti de missatges públics (mencions, ressenyes, articles, comentaris i converses) a xarxes socials, webs, blogs, fòrums, mitjans online, etc.
- Rastrear els canals propis de la UOC.
- Permetre fer seguiment de consultes atemporals i de consultes puntuals, que estiguin actives únicament durant un període de temps determinat.

Configuració d'alertes :

- Configurar alertes personalitzades i enviar-les en temps real per correu electrònic.
- El licitador configurarà el sistema enviament d'alertes en temps real, amb l'objectiu de detectar de forma anticipada els moviments en la conversa que podrien derivar en una crisi. En aquest sentit, es tindran en compte tant els moviments inusitats en la conversa, com les mencions negatives en els temes que la UOC considera crítics o els emesos per usuaris influenciadors.
- En el cas de temes susceptibles de generar una crisi es farà seguiment i es mantindrà informada a la UOC via correu electrònic.
- La no detecció de moviments en la conversa que podrien derivar en una crisi i l'enviament de les alertes en un termini superior a tres hores tindrà una penalització de caràcter molt greu.

Configuració de panells de Dashboards

El licitador farà la configuració dels Dashboards dins la plataforma per poder fer el seguiment de l'escolta social.

Els Usuaris UOC han de poder compartir, crear y modificar el Dashboards, i es valorarà fer comparatives amb les dades de l'any anterior, prèviament integrades a la plataforma.

Supervisió dels resultats

Els resultats de la monitorització, així com la classificació automatizada han de ser supervisats per un analista, que corregeixi les errades. La plataforma tecnològica ha de millorar la fiabilitat dels resultats a partir de les correccions que realitzi l'analista .

3.2.6. Entrega i exportació de les dades de monitoratge:

Exportació d'informes

- L'eina ha de permetre la creació i programació d'informes per part dels usuaris finals i enviar els informes per correu electrònic.
- Exportar els resultats de les consultes des de la plataforma en format CSV, Excel o Google Spreadsheets.
- Les dades s'han de poder enllaçar amb Looker Studio o Power BI, les eines per visualització de dades que utilitza la UOC, si així es requereix.

Entrega de les dades /mensual:

- Es farà una entrega mensual de les dades monitoritzades a través d'una API de la propia plataforma d'escolta activa o la entrega d'un fitxer en format CSV, XML o altre format per compartir-lo a través del sistema indicat per l'empresa contractista del Lot 3, encarregada d'integrar, monitoritzar i analitzar la reputació de la UOC durant el mes / trimestre / any.
- Les dades s'entregaran com a data màxima el dia 2 i 3 de cada mes incloent les dades del mes anterior o en cas de caps de setmanes i/o festius, el dia següent hàbil. El retard podrà ser objecte de penalització, segons s'indica al PCP.
- Dades necessàries, com a mínim i amb caràcter no limitatiu, podent afegir altres dades específiques a petició prèvia de la UOC si així es requereix, a incloure en el fitxer mensual.

Dades per missatge

- Autor
- Data i hora del missatge
- Idioma
- Ubicació geogràfica (sempre que sigui possible)
- Impacte
- Enllaços compartits
- Noms que hi apareixen
- Marques comercials que hi apareixen
- Sentiment del missatge
- Tema
- Canal propi o canal de tercers

També es poden requerir els següents indicadors:

- Indicador de volum de mencions per temes clau i sentiment al voltant d'aquests.
- Participació en la conversa (share of voice) de la UOC i dels principals competidors.
- Indicador de principals prescriptors i detractors, principals influenciadors.
- Veus més rellevants per volum, impacte i sentiment.

- Clusterització de temes i influencers

Les empreses adjudicatàries (lot 2 i lot 3) es comprometen a establir una comunicació contínua i eficaç entre elles per garantir la correcta transferència i integració de les dades necessàries per a l'execució del contracte. Aquesta comunicació haurà de realitzar-se de manera segura i conforme amb les normatives aplicables sobre protecció de dades.

Procés de transferència de dades: Les empreses implicades en el procés (lot 2 i lot 3) es comprometen a col·laborar per a la transferència de dades entre sistemes, incloent-hi la creació de protocols i procediments per assegurar-se que la informació es transfereixi de manera eficaç, sense errors, i respectant els terminis establerts a l'apartat 3.2.6. Això inclou, però no es limita a:

- La definició dels formats de les dades.
- La validació de la integritat de les dades abans de la transferència.
- La sincronització entre els diferents sistemes implicats.

Notificació d'incidències: En cas de produir-se qualsevol incidència durant el procés de transferència i integració de dades (com ara errors de transferència, pèrdua de dades o problemes d'integració), les empreses implicades hauran de notificar aquesta incidència de manera immediata a l'òrgan de contractació, la UOC. A més, hauran d'adoptar les mesures correctives per solucionar l'incidència dins dels terminis establerts pel contracte.

Terminis i responsabilitats: Les empreses hauran de complir els terminis establerts per a la transferència de dades en el marc del contracte. En cas d'incompliment, s'aplicaran les penalitzacions corresponents.

3.2.7. Conservació de l'històric i exportació

És imprescindible la importació de les dades de l'any anterior per possibilitar la comparativa amb l'any vigent i la creació de dashboards amb les dades importades.

L'històric de dades es conservarà a la base de dades de l'empresa adjudicada del present contracte i estarà sempre a disposició de la UOC així com tota la informació que el contractista hagi anat lliurant al llarg de la relació contractual. Sempre que sigui necessari i/o un cop finalitzi el contracte, l'empresa adjudicatària lliurarà a la UOC tota la informació i dades necessàries que s'hagin elaborat al llarg del temps.

L'empresa adjudicatària es compromet a col·laborar per a la transferència de dades entre sistemes de l'empresa adjudicada a prestar el mateix servei, un cop finalitzi el present contracte.

3.2.8. Condicions del servei

Formació

El licitador realitzarà una formació inicial al personal de la UOC amb accés a l'eina. El proveïdor facilitarà els materials i el formador, i la UOC els espais físics, en cas de que la formació es vulgui fer presencial.

Seguiment

El servei objecte d'aquesta licitació s'oferirà de forma remota (excepte pel que fa a algunes reunions i a la formació, segons indicat i segons la conveniència de l'equip de la UOC).

Una persona de l'empresa adjudicatària actuarà com a interlocutor amb la UOC. Aquesta persona vetllarà perquè els resultats que proporciona l'eina siguin pertinents, se'n refinï la configuració i la transferència de dades responguin al que es demana.

A més de la interlocució i seguiment de forma remota (per telèfon, correu electrònic o videoconferència), com a mínim cada tres mesos el licitador es reunirà amb la UOC per a fer seguiment de l'evolució del servei, de forma virtual o presencial.

La UOC pot demanar ampliar els termes de cerca dels que fer seguiment. La petició pot fer-se per correu electrònic o en les reunions periòdiques de seguiment. El licitador haurà d'incloure a l'eina els termes sol·licitats en un termini màxim de 24 hores i refinar-ne els resultats per a obtenir resultats pertinents en un termini màxim de cinc dies laborables, ambdós terminis a comptar des que la UOC faci la petició.

En cas de moviments inusitats en la conversa, l'interlocutor o qui es designi per part de l'adjudicatària haurà d'estar localitzable i disponible per a respondre consultes o peticions extraordinàries.

Incidències

Es considerarà incidència qualsevol disfunció, error o fallada tècnica en l'eina o sistema proporcionat pel contractista, que impedeixi el seu ús normal o que afecti la qualitat del servei contractat.

Notificació d'incidències: El contractista es compromet a notificar qualsevol incidència que afecti el sistema dins del termini màxim de 24 hores des de la seva detecció. La notificació s'haurà de fer per escrit via correu electrònic al responsable del contracte, indicant la naturalesa de la incidència, les causes possibles i les accions correctives proposades.

Temps de resposta i resolució: El contractista haurà de resoldre les incidències en un termini màxim de 24 hores des de la notificació.

Si el contractista no pot resoldre la incidència en aquest termini, s'haurà de proporcionar una solució temporal o alternativa, i s'informarà al responsable de l'òrgan de contractació sobre l'estat de la incidència.

En cas que el contractista no compleixi els terminis establerts per a la resolució de les incidències o no proporcioni una solució temporal acceptable, l'òrgan de contractació podrà aplicar penalitzacions segons el que es disposi en la clàusula corresponent de les condicions generals del contracte.

3.3. LOT 3 - Monitorització de la reputació de la UOC i informe integrat.

3.3.1 Objectius de la contractació

El departament de comunicació de la UOC requereix d'un servei d'anàlisi i presentació de la informació relacionada amb els impactes en mitjans de comunicació i l'escolta social al voltant de la UOC. Aquest servei té com a objectiu conèixer la reputació de la UOC en els mitjans de comunicació tradicionals (premsa, ràdio, televisió), mitjans digitals i les xarxes per entendre l'impacte de les seves accions comunicatives, identificar oportunitats de millora i prendre decisions basades en dades concretes.

3.3.2. Descripció general del servei

La UOC, requereix de la contractació d'una empresa que sigui responsable de l'anàlisi i presentació d'una informació integrada de les dades relacionades amb els impactes en mitjans de comunicació (premsa escrita, televisió, ràdio i mitjans digitals) i les dades obtingudes en la monitorització de les converses i opinions de la societat en les xarxes socials i altres canals digitals. Aquest tipus d'anàlisi ha de permetre a la UOC entendre com les accions comunicatives impacten el públic i com es perceben en l'entorn social més ampli.

Els serveis es portaria a terme en les següents fases:

1. **Recepció i integració de dades:** Recepció de fitxers i importació en l'eina d'anàlisi les dades que les empreses licitadores dels lots 1 i 2, enviaran amb una periodicitat mensual.
2. **Anàlisi de dades:** Anàlisi i interpretació de les dades recollides, fent una avaluació de l'efectivitat de les accions comunicatives i mesurant els indicadors clau de rendiment (KPIs), com la cobertura mediàtica, interpretació dels impactes en audiència dels diferents mitjans de comunicació, anàlisi del sentiment de les mencions en les xarxes socials, el seguiment de la visibilitat de la marca o detectar possibles crisis dins de la UOC o en el sector universitari.
3. **Creació d'informes i dashboards:** Creació d'informes mensuals, trimestrals i anuals amb les conclusions extretes en l'anàlisi de les dades importades. Els informes es poden presentar en diversos formats, incloent taules, gràfics, informes escrits i panells de control interactius (dashboards), permetent als responsables de l'àrea de comunicació veure els resultats de manera clara i visual.
4. **Presentació dels informes:** Presentació dels informes mensuals, trimestrals i anuals a les persones interessades del departament de comunicació de la UOC amb les conclusions extretes en l'anàlisi de dades i recomanacions per a futures accions de comunicació.

3.3.2. Equip de treball: Perfils professionals

Resulta imprescindible que l'empresa adjudicatària disposi de la solvència tècnica suficient per al nivell de gestió que necessita la UOC requerida al Plec de Clàusules Particulars, tant a nivell d'empresa com dels professionals adscrits a l'execució del contracte. També resulta clau assegurar el nivell de dedicació i disponibilitat.

Cadascuna de les parts designarà, respectivament, a un interlocutor encarregat de realitzar el seguiment global del servei i la correcta realització del mateix.

S'hauran de mantenir les reunions que la UOC consideri oportunes, per via telefònica o per videoconferència entre els interlocutors designats, tot i que podran assistir altres persones implicades al projecte si es considera oportú.

Per a la realització dels informes l'empresa adjudicatària haurà d'adscriure a l'execució del contracte un equip format, com a mínim, pels següents professionals:

- **Key account Manager:** Perfil per seguiment del negoci, entendre les necessitats, objectius i expectatives. Aquest és un perfil d'atenció al client/gestió de la demanda. Haurà de disposar d'una experiència de 3 anys en l'àmbit de l'anàlisi de xarxes socials i projectes digitals i de titulació universitària en l'àmbit de comunicació i el Marketing Digital.
- **Consultor de negoci:** Perfil d'atenció al client amb coneixements d'anàlisi i interpretació de dades, i amb capacitat de gestionar i resoldre qualsevol incidència o problema que pugui sorgir durant la contractació del servei. Ha de ser capaç d'interpretar els requeriments de la UOC i de traduir-los a la producció del servei d'interpretació de dades i entrega d'informes integrats. Amb Llicenciatura o Grau en àrees relacionades amb la comunicació i/o l'empresa. Experiència mínima de tres anys en gestió de projectes, experiència en anàlisi de xarxes, socials i en gestió de crisis de comunicació. Domini del català i l'espanyol (nivell nadiu o a partir de C1 del Marc Europeu Comú de Referència). Nivell d'anglès a partir de B2 del Marc Europeu Comú de Referència, o equivalent al First Certificate.
- **Analista Tècnic:** Professional que es dedica a recopilar, organitzar, analitzar i interpretar grans volums de dades per extreure informació útil que ajudi a prendre decisions empresarials informades. Un perfil amb un conjunt de coneixements tècnics i habilitats analítiques que disposi de Llicenciatura o Grau en l'àmbit de les ciències socials amb especialització o formació de postgrau en anàlisi estadística. Experiència mínima de tres anys en l'anàlisi de reputació de marca i posició mediàtica. Domini del català i l'espanyol (nivell nadiu o a partir de C1 del Marc

Europeu Comú de Referència). Nivell d'anglès a partir del B2 del Marc Europeu Comú de Referència, o equivalent al First Certificate.

3.3.3. Equip de treball: Mitjans tècnics

Es requereix disposar dels següents mitjans tècnics; Hardware, ordinadors i connexió a Internet. I les eines bàsiques d'ofimàtica: Word, Excel, PowerPoint, PDF.

Eina per integrar, emmagatzemar, monitoritzar i analitzar grans volums de dades.

3.3.4. Recepció, importació i integració de les dades

La recepció de les dades monitoritzades prèviament per les empreses licitades del lot 1. Clipping de premsa i Impactes en mitjans de comunicació i lot 2. Escolta activa es portarà a terme en el sistema i format tecnològic requerit per l'empresa licitada i encarregada de dur a terme l'anàlisi integrat entre els dies 2 i 3 de cada mes incloent les dades del mes anterior o en cas de caps de setmanes i/o festius, el dia següent hàbil. Un cop recollides, les dades han de ser integrades i emmagatzemades en un sistema o núvol centralitzat, propietat de la mateixa empresa encarregada del mateix servei, perquè puguin ser utilitzades conjuntament i analitzades amb un enfocament coherent. Aquest pas pot implicar:

- **Recepció i Integració de les dades:** Integrar les dades de diverses plataformes.
- **Consolidació de dades:** Combinar les dades de les dues fonts en un sol conjunt de dades que sigui fàcil d'analitzar i estandaritzar-les per fer-les compatibles entre elles.
- **Emmagatzematge de dades:** Sistema d'emmagatzematge de dades adequat, que permetin una fàcil consulta i actualització d'aquestes dades.

L'empresa adjudicatària es compromet a establir una comunicació contínua i eficaç amb les empreses dels lots 1 i 2 per garantir la correcta transferència i integració de les dades necessàries per a l'execució del contracte.

Així mateix, es valorarà que l'empresa adjudicatària faciliti la transferència i importació de dades des de la base de dades de la UOC, per fer informes específics com un anàlisi de l'activitat dels mitjans propis en espais web i mètriques específiques de les xarxes socials de la UOC.

Procés de transferència de dades: Les empreses implicades (lot 1, 2,3) en la licitació es comprometen a col·laborar per a la transferència de dades entre sistemes, incloent-hi la creació de protocols i procediments per assegurar-se que la informació es transfereixi de manera eficaç, sense errors, i respectant els terminis establerts en el contracte. Això inclou, però no es limita a:

- La definició dels formats de les dades.
- La validació de la integritat de les dades abans de la transferència.

Integració de dades: Les empreses hauran de treballar conjuntament per assegurar-se que les dades transferides s'integrin de manera correcta en els sistemes destinats a la seva gestió, sense alteracions o pèrdues d'informació.

La fase d'integració haurà de tenir present els següents punts, sense caràcter limitatiu:

- Possibilitat de configuració de connexions i APIs a plataformes externes de clipping, escolta activa i bases històriques amb mínim les dades de l'any anterior des de la contractació.
- La integració de dades en un sistema o base centralitzada de l'empresa adjudicatària, amb la possibilitat de volcar dades històriques.
- Validar la qualitat i consistència de les dades.
- Definició de les mètriques i dimensions definides.

Es valorarà positivament l'accés de dades integrades amb quadres de comandament interactiu per fer consultes

Notificació d'incidències: En cas de produir-se qualsevol incidència durant el procés de transferència i integració de dades (com ara errors de transferència, pèrdua de dades o problemes d'integració), les empreses implicades hauran de notificar aquesta incidència de manera immediata a l'òrgan de contractació, la UOC. A més, hauran d'adoptar les mesures correctives per solucionar la incidència en 24 hores.

3.3.4. Informes integrats

A partir de les dades ja integrades i supervisades, un especialista ha de realitzar les anàlisis de les que s'extreuen conclusions i/o recomanacions i que orientin la presa de decisions.

Les conclusions es reflectiran en els informes periòdics donant una visió completa de la reputació de la UOC en els mitjans de comunicació i en els diferents canals online i xarxes socials a nivell de Catalunya, a nivell de CCAA i Estatal.

Els informes també han d'extreure les conclusions sobre els impactes recollits en mitjans de comunicació digitals i l'escolta social a nivell internacional així com els impactes recollits de la competència.

Es realitzaran reunions (virtuals o presencials) inicials, amb el licitador per concretar el detall final dels informes: objectius, KPI, índex, contingut, format. En aquestes reunions s'establiran quins informes periòdics haurà de lliurar el licitador. Podran incloure fins a 12 informes mensuals, 4 trimestrals, 1 anual i es poden demanar informes específics eventualment si és necessari degut a l'activitat de la UOC.

Els objectius inicials que han d'assolir els informes son reflectir la següent informació des de les dades proporcionades:

- Determinar la posició mediàtica de la UOC pel que fa a l'abast i la notorietat a nivell de Catalunya, a nivell de CCAA i Estatal.
- Determinar la posició mediàtica de la UOC pel que fa a l'abast i la notorietat a nivell Internacional.
- Conèixer la posició mediàtica de la UOC en relació als seus principals competidors.
- Conèixer les principals fites informatives de la UOC i el sentiment entorn d'aquestes.
- Identificar les tendències d'impacte mediàtic de la UOC.
- Determinar els mitjans on s'ha registrat major impacte d'audiència.
- Determinar els autors i experts més actius i de major impacte que han participat en la conversa social.

- Determinar els temes clau i sentiment al voltant d'aquests, incloent els temes de recerca.
- Identificar i analitzar les crisis al voltant de la marca.
- Participació en la conversa (share of voice) de la UOC i dels principals competidors.
- Conèixer el grau d'afinitat i interès de la UOC i els seus competidors en relació a la conversa social.
- Identificar tendències d'impacte mediàtic i engagement en comparació amb els principals competidors.

La periodicitat dels informes serà mensual, trimestral i anual i l'estructura serà la següent:

1. **Informe mensual:** Els informes mensuals s'han de lliurar per correu electrònic abans del dia 15 de cada mes amb les conclusions del mes anterior, en format PDF i PPT.

El contingut dels informes mensuals ha de mostrar el següent contingut però amb caràcter no limitatiu els següents punts, reflectint de manera clara quina ha estat l'evolució mensual respecte a la posició mediàtica de la UOC:

1. Resum executiu.

2. Abast i notorietat de la UOC en mitjans tradicionals (premsa, ràdio, televisió), mitjans digitals i social media per àmbit geogràfic.

3. Evolució mensual del abast, notorietat i engagement de la UOC en mitjans tradicionals, mitjans digitals i xarxes socials, amb comparativa amb el mes anterior del mateix any, així com una comparació amb el mateix mes de l'any anterior.

4. Rànquing de notícies i mitjans classificat per impactes en audiència, grau de protagonisme de la UOC, to i sentiment generat entorn a les notícies i mesurat a través de l'escolta social.

5. Temes claus durant el més i sentiment al voltant d'aquest, clusterització de temes. Detallant el número d'informacions, els canals on s'han publicat i els mitjans amb l'audiència associada, les mencions i els hashtags al voltant del tema.

6. **Informació de les 5 notícies estratègiques** més rellevants per la UOC amb el tema, mitjà i audiència generada. Serà important contrastar amb l'oficina de mitjans de la UOC les notícies a analitzar.
 7. Destacat dels **temes de recerca amb més impacte** informant sobre el tema, el mitjà i audiència generada.
 8. **Autors i influencers** destacats durant el mes amb indicadors per publicacions, impactes en audiència i engagement amb focus a l'estudiantat (consultes, queixes i contingut més destacat).
 9. **Rànquing d'experts:** Recull dels 25 experts amb més visibilitat per impactes en audiència i per número d'informacions.
 10. Es valorarà un anàlisi de l'activitat dels mitjans propis i compartits a partir de les dades que proporciona la UOC amb l'audiència i tràfic en els espais web, impressions, interaccions, paraules clau posicionades.
 11. **Benchmark:** Anàlisi comparatiu global en mitjans digitals i xarxes. Amb sentiment al voltant del impactes i la conversa, KPIs, per territori, fonts de conversa, hashtags principals, àrees temàtiques més fortes, punts conflictius i temàtiques preocupants per a cada universitat, bones i males pràctiques de cada universitat.
 12. **Ranking de notícies internacionals** de màxima audiència a LATAM i Europa i en mitjans sectorials de temàtica educativa.
 13. **Conclusions i argumentació** de l'evolució dels principals indicadors i la reputació de la UOC així com una contextualització dels resultats obtinguts acord amb el funcionament i l'audiència en els diferents mitjans.
 14. **Recomanacions i propostes de millora.**
 15. **Metodologia i fitxa tècnica.**
-
2. **Informe trimestral:** Els informes trimestral tindran el mateix format que els mensuals, però amb dades trimestrals i amb una síntesi del més destacat del trimestre. Es lliuraran abans del dia 15 del tercer mes del trimestre i es referiran al trimestre anterior, en format PDF i PPT.
 3. **Informe anual:** Es realitzarà un informe anual, que s'haurà de lliurar abans del dia 15 de Febrer de l'any següent i que anirà referit a l'any anterior. Els objectius de l'informe seran els mateixos però amb l'evolutiu de l'any, desglossament per mesos i incloent una comparativa de les dades respecte l'any anterior, en format PDF i PPT.

El contingut dels informes anuals ha de mostrar com a mínim els següents punts, contingut però amb caràcter no limitatiu els següents punts, reflectint de manera clara quina ha estat l'evolució anual respecte a la posició mediàtica de la UOC:

1. Resum executiu.
2. **Abast i notorietat de la UOC** en mitjans tradicionals (premsa, ràdio, televisió), mitjans digitals i social media per àmbit geogràfic.
3. **Evolució anual del abast, notorietat i engagement de la UOC** en mitjans tradicionals, mitjans digitals i xarxes socials, amb comparativa amb l'any anterior.
4. **Ranking de notícies i mitjans** classificat per impactes en audiència, grau de protagonisme de la UOC, to i sentiment generat entorn a les notícies i mesurat a través de l'escolta social.
5. **Temes claus durant** l'any amb un recull de 15 temes i sentiment al voltant d'aquest, clusterització de temes. Detallant el número d'informacions, els canals i mitjans , l'audiència associada, les mencions.
6. **Informació de les 20 notícies estratègiques** més rellevants per la UOC amb el tema, mitjà i audiència generada. Serà important contrastar amb l'oficina de mitjans de la UOC les notícies a analitzar.
7. Destacat dels **10 temes de recerca amb més impacte** informant sobre el tema, el mitjà i audiència generada. La UOC facilitarà una pàgina web de referència on es podran consultar el llistat dels temes de recerca.
8. **Autors i influencers destacats** durant l'any amb indicadors per publicacions, impactes en audiència i engagement amb focus a l'estudiantat (consultes, queixes i contingut més destacat).
9. **Rànquing d'experts:** Recull dels 25 experts amb més visibilitat per impactes en audiència i per número d'informacions.
10. **Ranking de notícies internacionals** de màxima audiència a LATAM i Europa i en mitjans sectorials de temàtica educativa.
11. **Benchmark:** Anàlisi comparatiu global en mitjans digitals i xarxes. Amb sentiment conversa, KPIs, per territori, fonts de conversa, hashtags principals, àrees temàtiques més fortes, punts conflictius i temàtiques preocupants per a cada universitat així com bones i males pràctiques de cada universitat.

12. **Conclusions i argumentació de l'evolució dels principals indicadors**

i la reputació de la UOC així com una contextualització dels resultats obtinguts acord amb el funcionament i l'audiència en els diferents mitjans.

13. Recomanacions / propostes de millora.

14. Metodologia i fitxa tècnica.

4. **Informes complementaris:** Es podrà sol·licitar al licitador la creació d'informes específics addicionals, recomanacions i propostes accionables en els àmbits de la comunicació o l'atenció al client entre d'altres.

Per a la realització d'aquests informes, es farà prèviament una petició per part de la UOC per correu electrònic i/o telefònicament. Depenent de la complexitat es podrà convocar una reunió de màxim d'una hora amb el licitador per acabar de definir el detall final dels informes.

Alguns exemples dels informes que es poden demanar són aquests:

- Diagnosi i reputació de marca (entre targets, categories, etc.)
- Seguiment de la marca (brandguardian) com es fa servir la marca, per millorar el compliment del llibre d'estil.
- Impactes, audiència i escolta activa de la conversa al voltant d'una oferta formativa o d'un àmbit geogràfic concret per a ajudar a identificar el seu potencial comercial.

3.3.5. Condicions del servei

Seguiment

El servei objecte d'aquesta licitació s'oferirà de forma remota a excepció d'algunes reunions segons la conveniència de l'equip de comunicació de la UOC.

Una persona de l'empresa adjudicatària actuarà com a interlocutor amb la UOC. Aquesta persona vetllarà perquè els informes mensuals, trimestrals i anuals s'entreguin i es presentin en els temps indicats i amb la informació necessària donant una visió completa de la reputació de la UOC en els mitjans de comunicació i en els diferents canals online i xarxes socials a nivell de Catalunya, i a nivell de CCAA Estatal i Internacional.

Amb un mínim cada tres mesos el licitador es reunirà amb la UOC per a fer seguiment de

l'evolució del servei, de forma virtual o presencial.

3.3.6. Conservació de l'històric i exportació:

L'històric de dades es conservarà a la base de dades/Cloud de l'empresa adjudicada del present contracte i estarà sempre a disposició de la UOC així com tota la informació que el contractista hagi anat lliurant al llarg de la relació contractual. Sempre que sigui necessari i/o un cop finalitzi el contracte, l'empresa adjudicatària lliurarà a la UOC tota la informació i dades necessàries que s'hagin elaborat al llarg del temps.

L'empresa adjudicatària es compromet a col·laborar per a la transferència de dades cap al cloud de la propia UOC sempre que aquesta ho necessiti o cap al cloud d'una altra empresa adjudicada a prestar el mateix servei, un cop finalitzi el present contracte.

Aquesta transferència es farà oferint les eines específiques per facilitar la migració de dades entre núvols, independentment del volum de dades a migrar.

La seguretat és una prioritat en la transferència de dades, ja que les dades poden ser sensibles o confidencials. S'ha de garantir que la transferència de dades compleixi amb les normes de protecció de dades i regulacions (com GDPR, CCPA, etc.). Això inclou assegurar-se que les dades siguin enviades a través de canals segurs i complir amb els requisits legals.

ANNEX 1 - GLOSSARI APLICABLE ALS TRES LOTS

Informacions: notícies i esdeveniments que els mitjans de comunicació (com els diaris, revistes, mitjans digitals, etc.) difonen per informar al públic. Aquestes notícies estan basades en fets recents i tenen com a objectiu proporcionar dades, context i anàlisis sobre esdeveniments rellevants a nivell local, nacional o internacional de la UOC o la competència en el sector educatiu.

Notícies: Informacions i esdeveniments que els mitjans de comunicació (com els diaris, revistes, mitjans digitals, etc.) difonen per informar al públic. Aquestes notícies estan basades en fets recents i tenen com a objectiu proporcionar dades, context i anàlisis sobre esdeveniments rellevants a nivell local, nacional o internacional de la UOC o la competència en el sector educatiu.

Mitjans tradicionals o offline: Inclouen la televisió, la ràdio, la premsa escrita (diaris i revistes).

Mitjans digitals: Canals de comunicació digitals on es transmet informació referent a la UOC: Xarxes socials, pàgines web, blogs, Notícies digitals, plataformes de ressenyes, podcast.

Impactes: Nombre de persones que han vist o escoltat un contingut en temps real o nombre total de persones que han estat exposades al contingut en un període determinat (per exemple, en un mes).

Notorietat: Fa referència al coneixement general de la UOC entre els consumidors. La notorietat es mesurarà a través d'impactes en audiència de publicacions orgàniques i de les mencions

Abast: Nombre de persones o grups que hi tenen accés a la notícia o informació, i depèn de factors com el mitjà, la plataforma, el públic i la ubicació geogràfica.

Conversa social: Interaccions, discussions i intercanvis d'opinions que tenen lloc a través de les diverses plataformes digitals com xarxes socials (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, LinkedIn, etc.), fòrums en línia, blogs i altres espais de comunicació digital. Aquesta conversa social pot implicar qualsevol tipus de contingut, des de notícies, esdeveniments

de la UOC i temes socials fins a opinions de l'estudiantat, comentaris i debats sobre els estudis, entre altres.

Share of Voice: "share of voice" (SOV), o quota de veu, ha de mesurar la presència o la influència de la UOC dins d'un conjunt de converses o un tema específic. És important per analitzar el grau de visibilitat i l'abast de la UOC en relació amb els seus competidors en diferents mitjans de comunicació digitals.

Posició mediàtica: percepció i la visibilitat de la UOC als mitjans de comunicació, ja sigui tradicionals (televisió, premsa escrita, ràdio) o digitals (xarxes socials, portals d'internet, blogs).

Reputació: Percepció de la UOC en els diferents canals digitals i xarxes socials en base a les opinions, comentaris, ressenyes, mencions i interaccions en xarxes socials, fòrums, blogs i altres plataformes digitals.