

PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

SERVICIO DE CLIPPING DE NOTICIAS DE IFEMA MADRID

EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Expediente 22/003, 2000020042

1. OBJETO DEL SERVICIO.-

IFEMA MADRID requiere de la colaboración de una empresa especializada en servicio de clipping para el seguimiento informativo y análisis de las noticias de IFEMA MADRID, sus ferias, congresos y eventos, además de noticias vinculadas al sector ferial y cargos y/o directivos de relevancia en la institución, en medios nacionales de comunicación, tanto impresos como digitales -generalistas económicos, publicaciones especializadas, Internet, blogs y redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram), además de radio y televisión-, así como el seguimiento internacional en prensa diaria, revistas y medios digitales.

2. CONTENIDO DEL SERVICIO.-

2.1. Metodología del servicio. Plataforma y utilidades

La empresa adjudicataria pondrá a disposición de IFEMA MADRID el acceso a una única plataforma web para que los usuarios realicen las consultas y descargas directamente donde estarán alojadas todas las noticias seleccionadas, es decir, el seguimiento informativo acumulado para la consulta, y el análisis de las diferentes noticias de prensa impresa, medios digitales, radio, televisión y redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube) en los formatos correspondientes, así como los datos relevantes de las mismas, relativos a audiencia, valoración económica individual de cada impacto y volumen de impactos recogidos, y a los informes que puedan realizarse que contribuyan a valorar el alcance e impacto de estas informaciones. Los formatos deberán ser compatibles para permitir el acceso en dispositivos móviles y tabletas.

Los usuarios accederán a la web, alojada en el servidor de la empresa adjudicataria, mediante un nombre de usuario y una contraseña asociada, desde cualquier conexión a Internet. El número de usuarios que podrá acceder de forma simultánea al servicio será, al menos, de cien usuarios.

La plataforma web deberá disponer de un formato multimedia, permitir la realización de búsquedas combinadas, almacenar las informaciones, así como otras utilidades, que se valorarán. Se facilitarán las plataformas o herramientas necesarias para la monitorización y análisis de contenidos en redes sociales y se valorará la posibilidad de la creación de métricas de categorización.

La plataforma deberá ser única para contener en un mismo espacio todos los impactos recogidos en prensa impresa, medios digitales, radio, televisión y redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube), no pudiendo tener plataformas distintas para cada uno de los formatos.

Dicho servicio deberá permitir la búsqueda personalizada de noticias publicadas y alojadas en la plataforma durante el último año, así como la hemeroteca del histórico del clipping durante el periodo del contrato.

2.2. Seguimiento de impactos en prensa impresa:

El adjudicatario deberá realizar un proceso de lectura directamente sobre las ediciones impresas de los medios de comunicación objeto de seguimiento y seleccionará las noticias de interés para IFEMA MADRID.

Se recogerán todas las noticias e informaciones publicadas en los periódicos diarios, de lunes a domingo, así como en los suplementos de los mismos y en las revistas de información general más representativas.

Se valorará el alcance de medios que el adjudicatario detalle en su propuesta.

Cada noticia estará disponible en formato PDF en blanco y negro y, en su caso, en color, tal y como aparece en la prensa recortada y maquetada.

El adjudicatario deberá tener disponible en la plataforma, cada día antes de las 6:30 de la mañana, todos los impactos de IFEMA MADRID, sus ferias, eventos y directivos, en medios impresos. Esto compete a los impactos en diarios, revistas, suplementos, etc.

Con la selección de noticias de los periódicos de ámbito nacional se confeccionará un boletín de prensa que deberá estar enviado a las 8:00 horas los días laborables y a las 10:00 horas los fines de semana y festivos, a los contactos designados por la Dirección de Comunicación y Prensa de IFEMA MADRID.

Cada noticia deberá estar disponible para su visualización completa tal y como aparece maquetado y diseñado en el medio de comunicación, incluyendo datos relevantes para la clasificación y categorización de la misma, tales como su valor económico, audiencia, y posición en la publicación de la que forme parte.

La empresa adjudicataria establecerá un sistema de alertas respecto a estas informaciones que se enviará por correo electrónico a los destinatarios que fije IFEMA MADRID.

2.3. Seguimiento de impactos en radio y televisión:

El adjudicatario deberá proveer en la plataforma, lo más inmediato posible tras su emisión, todos los impactos de IFEMA MADRID, sus ferias, eventos y directivos, en radio y televisión. La empresa adjudicataria deberá realizar el seguimiento y recuperación de las noticias de interés para IFEMA MADRID emitidas en cadenas de radio y televisión, de ámbito nacional y autonómico, tanto en los programas informativos como en los espacios de tertulia y otros programas.

Se valorará el alcance de medios que el adjudicatario detalle en su propuesta.

Las noticias seleccionadas estarán disponibles en formato multimedia, tal y como se hayan emitido en radio y televisión, en la página web de la empresa adjudicataria para que los usuarios realicen las consultas y descargas directamente.

Deberán facilitarse los guiones de los programas de carácter informativo, incluidos tertulias y debates, emitidos tanto en radio como en televisión. Los guiones se presentarán en formato texto con las noticias presentadas por orden cronológico, facilitándose la visualización y escucha del contenido de cada noticia tal y como ha sido emitida.

Un pequeño extracto en formato texto para permitir la identificación de los impactos sin necesidad de visualizarlos al completo. Este extracto deberá ser realizado por documentalistas, de la forma más concreta posible, sin contener faltas de ortografía, lenguaje malsonante y otros errores que puedan dañar la imagen de marca y reputación de IFEMA MADRID.

Cada impacto deberá incluir, además, los datos clave para su clasificación y valoración, tales como horario de emisión, valoración económica, audiencia, etc.

2.4. Seguimiento de impactos en medios digitales:

El adjudicatario deberá realizar el seguimiento y recuperación de las informaciones de interés para IFEMA MADRID y proveer en la plataforma, lo más inmediato posible tras su publicación, todas las noticias de IFEMA MADRID, sus ferias, eventos y directivos, en medios digitales, en las versiones digitales de medios de comunicación tradicionales, y publicaciones digitales como blogs y medios minoritarios sectoriales.

Los impactos recopilados podrán visualizarse con su titular y un pequeño extracto o resumen de la publicación, con el enlace directo para su visualización completa directamente en la página web del medio de comunicación.

Se valorará el alcance de medios que el adjudicatario detalle en su propuesta.

Deberán incluir los datos clave para su clasificación y valoración, tales como valoración económica, audiencia, etc.

Asimismo, elaborará y enviará un boletín diario con la selección de informaciones publicadas en medios digitales.

2.5. Monitorización del seguimiento en redes sociales:

El adjudicatario deberá proveer en la plataforma de seguimiento, lo más inmediato posible tras su publicación, todos los impactos de IFEMA MADRID, sus ferias, eventos y directivos, en las principales plataformas y redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube).

Se podrá acceder a las noticias, post o entradas generadas en redes sociales. El sistema deberá permitir realizar búsquedas concretas a los usuarios y obtener resultados diferenciados por plataforma o red social (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube)).

El adjudicatario pondrá a disposición de IFEMA MADRID también un sistema de alertas de los contenidos que se especifiquen, con el enlace y/o el contenido del post.

Cada impacto deberá incluir los datos clave para su clasificación y valoración, tales como valoración económica, audiencia, perfil de referencia, comunidad.

La plataforma deberá tener versiones compatibles para consulta y utilización en dispositivos móviles.

La empresa adjudicataria deberá facilitar una plataforma de análisis de los contenidos relevantes para IFEMA MADRID que se difundan en las principales plataformas y redes sociales.

El sistema deberá permitir realizar búsquedas concretas a los usuarios y acceder a *insights* claves de forma rápida y sencilla para obtener estadísticas en un formato exportable para elaborar informes. Así mismo debe proporcionar datos de *engagement*, sentimiento y emociones que genera cada post en los usuarios.

Es imprescindible que esta herramienta este integrada en la misma plataforma descrita en la Metodología del servicio.

La recopilación de impactos informativos de todos los soportes previamente mencionados (prensa escrita, medios digitales, radio, televisión y redes sociales) será inmediata en la plataforma del proveedor, como tarde dentro del mismo día de su aparición en el medio

correspondiente, para permitir a IFEMA MADRID acceder rápidamente a la noticia recopilada en la plataforma.

2.6. Generación de informes:

La plataforma deberá posibilitar la generación de informes, revistas y resúmenes, con acceso a todas las informaciones publicadas, segmentadas por medios y catalogadas en base a determinados criterios que permitan su valoración y análisis, en distintas configuraciones. Estos informes deberán poder extraerse de la plataforma en distintos formatos, al menos .html, .pdf y .xls (Excel).

La herramienta permitirá ordenar, clasificar y buscar todas las noticias –incluida prensa escrita, radio, televisión, medios digitales y redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube)– almacenadas por diferentes criterios para recopilar aquellas que se requieran en cada momento. Así mismo, permitirá generar automáticamente revistas de prensa en función de los parámetros que se definan por el usuario, con la posibilidad de administrar noticias, eliminar, clasificar, etc., realizar búsquedas complejas, búsquedas por términos ajenos a las órdenes establecidas, así como elaboración automática de informes de análisis cuantitativos y cualitativos por distintos parámetros de interés (temas, medios, ámbito geográfico, valoración económica, ROI, audiencia, etc.).

Igualmente deberá contemplar la recopilación ordenada por tipo de medio en los periodos estipulados para cada feria. La base de datos de noticias acumulativa estará vigente en la plataforma del proveedor al menos durante la vigencia del contrato con IFEMA MADRID, para realizar los informes que sean necesarios, si bien diariamente se hará de forma automática el volcado de todas las informaciones en la plataforma del proveedor.

Además, esta plataforma permitirá la realización de informes de valoración de la audiencia y de valoración económica de las noticias recogidas, estableciendo así un modelo de informe con cabecera y colores personalizados por cada una de las ferias. El proveedor podrá acceder a la imagen de cada una de las ferias a través del Brand Center de IFEMA MADRID. Así, la plataforma deberá contar con una herramienta de evaluación de medios –cuyo coste estará incluido en la propuesta económica total–, que permita el análisis de toda la información, el cálculo de la valoración económica, los datos de audiencia, así como el ROI de las noticias y la presencia de marca. Una vez adjudicado el concurso, la empresa deberá aportar un dossier digital con el significado de cada uno de los KPIs para que el equipo de IFEMA MADRID pueda conocer el alcance de cada KPI.

Con la selección de noticias de los periódicos en papel de ámbito nacional se confeccionará un boletín de prensa que deberá estar enviado a las 8:00 horas los días laborables y a las 10:00 horas los fines de semana y festivos, a las direcciones designadas por la Dirección de Comunicación y Prensa de IFEMA MADRID.

2.7. Alertas:

El servicio del adjudicatario deberá contemplar el envío diario de alertas, la primera de ellas a las 6:30 horas de la mañana de cada día, y con la máxima agilidad a lo largo del día, a los mails designados por IFEMA MADRID. El proveedor e IFEMA MADRID consensuarán los tiempos de envío de estas alertas, cuyo desarrollo correrá a cargo del proveedor. Asimismo, se valorará la posibilidad de envío de alertas a los móviles autorizados.

El envío de alertas internacionales se ejecutará, al menos, una vez a la semana, enviando a la persona de contacto que se designe un archivo PDF con las apariciones en todos los medios internacionales previstos en la licitación.

El adjudicatario deberá enviar, al día siguiente a la finalización de cualquier feria, congreso o evento, un informe completo incluyendo todas las apariciones en medios de comunicación - prensa escrita, radio, televisión, medios digitales y redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube)- durante los días de celebración del evento, a los emails designados en cada caso. Este informe deberá contener así mismo la valoración económica y audiencia de cada uno de los impactos, así como el total por tipo de medio. Del mismo modo, se hará este envío cada dos semanas (14 días naturales) para la parte de IFEMA MADRID institucional y los directivos dados de alta como pauta en la plataforma del adjudicatario.

2.7. Accesos y usuarios:

La empresa adjudicataria dará acceso al personal autorizado por IFEMA MADRID a la plataforma de análisis y gestión de noticias, para poder establecer los informes que requiera y las valoraciones pertinentes. Esta plataforma permitirá realizar la consulta de los seguimientos y la elaboración del dossier multimedia de prensa, radio, televisión, medios digitales y redes sociales, nacionales e internacionales. Del mismo modo, esta plataforma habrá de permitir previsualizar todos los archivos en recorte o página completa incorporando marca del medio con todos los datos de interés de la noticia (sección, audiencia y valoración económica).

Los usuarios accederán a la web, alojada en el servidor de la empresa adjudicataria, mediante un nombre de usuario y una contraseña asociada, desde cualquier conexión a Internet. El número de usuarios que podrá acceder de forma simultánea al servicio será, al menos, de cien usuarios.

El adjudicatario deberá impartir periódicamente durante el contrato una formación por parte de un miembro de la empresa adjudicataria a los usuarios autorizados para explicar las novedades de la plataforma y mostrar su forma de uso. Al menos se pautarán 3 sesiones de formación cada año, a las que se añadirán sesiones específicas cada vez que la plataforma incorpore una funcionalidad nueva.

2.8. Derechos de propiedad intelectual y medios de comunicación:

La empresa adjudicataria deberá aportar la documentación que acredite estar en al día y cumplir la legislación vigente en materia de protección de datos de carácter personal y derechos de propiedad intelectual e industrial tanto en relación con los contenidos facilitados a IFEMA MADRID como en los que sean volcados en su web, exonerando a IFEMA MADRID de cualquier responsabilidad derivada de la obtención, tenencia o abono de cualesquiera derechos de propiedad intelectual e industrial por la utilización interna de los citados contenidos conforme se establece en el presente pliego. El importe del canon de propiedad intelectual habrá de estar incluido en el precio ofertado.

Se valorará el número y calidad de los medios de comunicación controlados por el adjudicatario. Además, deberá incorporar todo medio que aparezca en el mercado, y/o aquellos que le sean solicitados por IFEMA MADRID porque sea de interés para el seguimiento de su repercusión informativa.

El servicio habrá de comprender el seguimiento internacional del mismo modo que el nacional, así como el seguimiento de medios online internacionales. Además de los países en los que el adjudicatario haga el seguimiento de noticias, cada año IFEMA MADRID podrá contar con un

margen de 3 países extra como mínimo, que el adjudicatario deberá asumir dentro del contrato, y que formarán parte de ese listado inicial de países con el que el adjudicatario ya cuenta de forma inicial en nuestro contrato. Estos 3 países no serán acumulativos al resto de años de duración del contrato.

3. REQUISITOS MÍNIMOS DEL SERVICIO.-

- Acceso a la plataforma de seguimiento y gestión de clipping (diarios nacionales, económicos, gratuitos y regionales; revistas; radio; televisión; medios digitales; blogs; redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube)).
- Contar con una plataforma que permita la generación de informes cuantitativos y cualitativos, con opción de escoger los parámetros deseados, y que incluyan datos de carácter numérico que valoren el alcance de los impactos mediáticos, como audiencia, valoración económica, ROI, etc.
- Seguimiento diario según alertas concertadas de medios impresos, digitales, radio, televisión, blogs y redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube).
- Seguimiento de medios internacionales (impresos y digitales) de los países identificados en el pliego.
- Incorporación de medios nuevos que surjan y aquellos bajo demanda que sean de interés para la actividad de IFEMA MADRID.
- Elaboración de boletines de prensa diaria para su envío a las 8:00 (diario) y 10:00 horas (fines de semana y festivos) a los contactos designados.

La plataforma deberá contar con una estructura que permita, de forma sencilla:

- Realizar búsquedas avanzadas, por todo tipo de parámetro, y búsquedas por términos ajenos a las órdenes establecidas.
- La búsqueda rápida de información por fechas o palabra/s clave.
- Generar automáticamente revistas y/o informes de prensa en función de los parámetros que se definan, con la posibilidad de administrar noticias, ordenar, eliminar, clasificar, etc. Una vez adjudicado el contrato, se hará una propuesta de diseño adecuada a las necesidades.
- Realizar informes y/o revistas multimedia personalizados, con número ilimitado de noticias, y que sea visualizable desde ordenador y móvil (al menos, las de poco peso). Estos deberán poder extraerse en diferentes formatos (.html, .pdf, .xls).
- Elaboración automática de informes de análisis cuantitativos y cualitativos por distintos parámetros de interés (temas, medios, ámbito geográfico, valoración económica, ROI, etc.) Una vez adjudicado el contrato, se hará una propuesta de diseño adecuada a las necesidades.
- La realización de informes de búsqueda por palabras y/o marcas determinadas.
- La realización de informes con estadísticas de todos los parámetros medibles.
- La captura de la información con su posicionamiento en la página, sección y medio, además de datos de valoración económica.
- La previsualización de todos los archivos en recorte o página completa, y todos los datos de interés.
- El acceso a archivos de vídeo y audio de televisiones y radio, con posibilidad de descarga.
- La personalización de los informes de seguimiento, audiencia y económicos, según iconografía de la feria correspondiente.
- Capacidad de almacenaje para búsquedas e informes, de un periodo de 1 o 2 años, para permitir hacer informes completos de la vida de las ferias desde su lanzamiento hasta su clausura.
- Contar con una hemeroteca que aloje todas las informaciones y noticias recopiladas, para tener acceso a ellas en caso de comparativas o estudios de investigación, con previo de 1 o 2 años dependiendo de si la feria es anual o bienal.

- Contar con una visualización clara y de calidad de las descargas.
- Actualización y formación para su uso cada cuatrimestre, como mínimo, de las novedades incorporadas en la plataforma y/o servicio.
- Servicio de alertas nacionales a los emails autorizados a lo largo del día, al menos en tres ocasiones, teniendo en cuenta que el primer boletín se enviará antes de las 7 de la mañana.
- Servicio de alertas internacionales a los emails autorizados una vez a la semana, en formato PDF.

El servicio deberá contemplar la posibilidad de incorporar al seguimiento, sin coste añadido, de aquellos medios que no estén en su listado y sean de interés para IFEMA MADRID y sus eventos.

4. NOTICIAS OBJETO DE SEGUIMIENTO.-

La empresa adjudicataria deberá realizar seguimiento de todas las informaciones de interés relativas a:

- IFEMA MADRID.
- Ferias de IFEMA MADRID (propias y co-organizadas) (se puede consultar el calendario permanente en ifema.es/calendario).
- Congresos que se celebran en IFEMA MADRID.
- Otras ferias, congresos y eventos de toda índole que se celebran en los recintos de IFEMA MADRID.
- Otras Instituciones Feriales españolas e internacionales.
- Informaciones relacionadas con el sector ferial.
- Miembros del equipo directivo de IFEMA MADRID.
- Eventos, Espectáculos y Musicales que se celebran en IFEMA MADRID.

(*) Las altas de nuevas ferias se comunicarán a la empresa adjudicataria cuando se produzcan y se incorporarán a la lista de ferias para su seguimiento, sin coste extra para IFEMA MADRID.

(*) En cuanto al seguimiento Internacional la búsqueda pondrá su acento en Europa en su totalidad, Norteamérica y Latinoamérica (Argentina, México, Chile, Colombia y Brasil), y se abordarán todas las ferias y congresos. Las noticias de Internet serán capturadas y enviadas en PDF.

5. DATOS INFORMATIVOS DE IFEMA MADRID.-

En la página web de IFEMA MADRID (ifema.es) el ofertante podrá consultar los datos básicos de la Institución, con el fin de adquirir el conocimiento suficiente acerca del negocio que desarrolla la entidad contratante, así como su dimensión.

6. RESPONSABLE DEL SERVICIO.-

El adjudicatario designará a una persona que actuará ante las distintas direcciones de IFEMA MADRID como responsable máximo e interlocutor válido a todos los efectos (técnicos y administrativos), siendo la Dirección de Comunicación y Prensa de la institución el coordinador del servicio con el adjudicatario.

7. PERSONA DE CONTACTO

Les recordamos que, para cualquier consulta o aclaración de carácter administrativo, técnico o económico sobre este expediente, deben proceder conforme a lo previsto en los apartados



5.- CONSULTAS y 6.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES. NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES- del cuadro de características-

Igualmente, les recordamos que, para aquellas cuestiones que puedan afectar a la operativa / funcionalidad del portal de licitación electrónica de IFEMA MADRID, existe un área de soporte y consulta a licitadores dentro de la web:

- Preguntas frecuentes: <https://licitaciones2.ifema.es/html/preguntas-frecuentes>
- Manual de uso de la plataforma:
https://licitaciones2.ifema.es/resources/Guia_Licitadores.pdf
- Soporte y contacto con plataforma: <https://pixelware.com/servicios-soporte-licitadores/>

El contacto telefónico con el encargado de la gestión del expediente perteneciente a la Dirección de Compras y Logística de IFEMA MADRID, que se cita a continuación, se limitará a cuestiones meramente informativas no vinculantes sobre el propio proceso de licitación:

Macarena Pastor. Tlf. 91.722.57.23