



## INFORME TÉCNICO DE VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN, SUJETOS A JUICIO DE VALOR, DEL EXPEDIENTE 2/2020 'GESTIÓN INDIRECTA DEL SERVICIO PÚBLICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL TELEVISIVA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA'

Los miembros integrantes del Comité de Expertos, designados mediante Orden del Consejero de Economía, Hacienda y Administración Digital de 20-09-2021 para asistir a la Mesa de Contratación para la valoración y evaluación de los criterios de adjudicación dependientes de un juicio de valor en el Expediente 2/2020, vistas y analizadas todas las ofertas presentadas a la citada Licitación, comunican a la Mesa de Contratación, mediante el presente Informe Técnico, el resultado de sus valoraciones.

### 1. CRITERIOS DE VALORACIÓN SUJETOS A JUICIO DE VALOR (APARTADO K, ANEXO I DEL PCAP)

Para la valoración de las proposiciones se tendrán en cuenta los criterios de valoración señalados en el apartado K 'Criterios de adjudicación' del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (en adelante, PCAP) para la contratación de la gestión indirecta del servicio público de comunicación audiovisual televisiva de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

A efectos de mejorar la claridad expositiva y el grado de comprensión del presente informe, a continuación, se indican los aspectos a tomar en consideración para la valoración de los criterios de adjudicación cuantificables mediante un juicio de valor que figuran en el PCAP de la presente licitación.

Las ofertas técnicas deberán cumplir los siguientes requisitos:

- La oferta presentada debe dar respuesta concreta a las necesidades del PPT y especificar claramente y con el máximo detalle la solución ofertada por el licitador.
- No se valorarán las ofertas que puedan constituir mera declaración intencional del cumplimiento de lo solicitado sin determinar, específica y detalladamente cómo se van a satisfacer los requerimientos del PPT, así como aquellas que no contemplen las soluciones necesarias para todos y cada uno de dichos requerimientos.
- Cualquier estructura propuesta que permita la identificación rápida de los puntos evaluables y de las peculiaridades técnicas de la oferta ayudará a la mejor comprensión de la misma y a su correcta evaluación.
- Una vez recibida la documentación técnica entregada por el licitador, la Mesa de Contratación podrá solicitar a éste la información complementaria necesaria para formular el preceptivo informe de valoración.

El 49% de la puntuación responde a criterios evaluables mediante juicio de valor y el 51% a criterios evaluables de forma automática. De acuerdo con lo previsto en el art. 146.3 de la LCSP, el presente procedimiento de adjudicación se estructura en dos fases.

La primera fase será eliminatoria, incluirá los criterios evaluables mediante juicio de valor y será evaluada mediante un Comité de Expertos. Aquellas ofertas que no obtengan, al menos, 21 puntos en esta fase serán descartadas, quedando excluidas del procedimiento sin que, en





consecuencia, se proceda a la apertura y examen del sobre que incluya la documentación que se valora mediante criterios evaluables de forma automática que constituye la segunda fase.

A efectos de disponer de una visión de conjunto, a continuación, se expone de forma íntegra la descripción de cada uno de los diferentes criterios de adjudicación cuantificables mediante un juicio de valor, que serán analizados en el presente informe:

### **Criterios dependientes de un juicio de valor (49 puntos)**

#### **1. Criterios sobre la viabilidad económica (15 puntos)**

##### **1.1 Análisis y conocimiento del sector de la TDT (3 puntos)**

Como base para la correcta realización de un plan de viabilidad detallado para la ejecución del contrato, se valorará el conocimiento del sector de la TDT tanto en España como en la Región de Murcia. Se incluirá un análisis del licitador sobre el sector de la TDT en España y en la Región de Murcia en el que expondrá su opinión sobre los retos, oportunidades y amenazas de la televisión en abierto a nivel nacional y autonómico. Se destacarán aquellos aspectos que se han considerado relevantes para formular su oferta televisiva y los elementos que le hacen estimar que su oferta tiene la solidez y el interés necesario para ser mantenida a lo largo del periodo de gestión.

##### **1.2 Fuentes de ingresos adicionales (4 puntos)**

Se valorarán las propuestas para obtener fuentes de ingresos adicionales a la compensación por prestación del servicio público que permitan incluir una programación de calidad no de servicio público que conlleve un aumento de los índices de audiencia. La oferta deberá incluir la descripción e importes de otras fuentes de ingresos adicionales, diferentes a la compensación por la prestación del servicio público, propuestas, caso de ser adjudicatario.

##### **1.3 Coherencia e idoneidad del Plan de Negocio (8 puntos)**

Se valorará la coherencia e idoneidad del plan de negocio entre gastos (programación y contenidos, personal, explotación y amortizaciones del inmovilizado) y los ingresos (compensación por la programación de servicio público, publicidad y otros) en relación con la oferta presentada. El estudio de viabilidad económico financiera, incluido en el plan de negocio, deberá realizarse sobre el presupuesto base de licitación.

Se deberá presentar un Plan de Negocio que contenga un estudio de mercado que incluya fuentes de ingresos y cuantificación de los gastos de inversión, fijos de funcionamiento, de personal, de producción, compras o acuerdos de programación, etc.

- Análisis de mercado. Estrategia publicitaria.
- Competencia
- Potenciales clientes (publicidad)
- Audiencia potencial
- Previsiones de futuro.





- Cualquier otro aspecto relacionado con la estrategia comercial que se considere oportuno mencionar.

Estudio de viabilidad económico-financiera que abarque el periodo concesional con:

- Plan de inversiones para la puesta en marcha de la emisora
- Plan de financiación: recursos propios y ajenos
- Previsión de ingresos y previsión de gastos--> Plan de Tesorería
- Balances/Cuenta de resultados
- Análisis económicos varios...

## 2. Criterios sobre la programación (15 puntos)

Se valorará la programación ofertada en todo aquello que mejore los requisitos mínimos de acuerdo con lo indicado en el apartado B del Anexo 2 del PPT.

Se formulará compromiso de prestar el servicio contratado que cubra los programas de servicio público, con un mínimo de 60 horas semanales (es decir, 3.128 horas anuales), excluyéndose de su cómputo la publicidad, la autopromoción, las cortinillas o los patrocinios, así como el resto de programación, que podrá ser propia o ajena, permitiéndose la redifusión de programas ya emitidos fuera del horario de servicio público. La programación mínima diaria se establece en 16 horas (de 8:00 a 00:00).

### 2.1 Programación y cobertura Informativa (6 puntos)

La programación de servicio público debe basarse en la programación informativa, por tanto, se valorará la calidad y la variedad de la misma, así como una mayor oferta. Se valorarán, además, los medios con los que el licitador asegure la cobertura informativa detallada en el apartado D del Anexo 2 del PPT, y las Agencias de Noticias que prevea contratar de acuerdo con el apartado E del Anexo 2 del PPT.

### 2.2 Programación deportiva (3 puntos)

Se valorará, además de los eventos que puedan generar una mayor audiencia, la propuesta de cobertura informativa para el deporte regional de base, deporte femenino y de personas con discapacidad.

### 2.3 Programación regional (2 puntos)

Se valorará que se prime la programación de contenidos relacionados con la Región.

### 2.4 Parrilla de programación (4 puntos)

Se valorará la calidad, variedad e interés de la programación de la oferta presentada, así como la producción independiente regional y la defensa de los intereses del mercado audiovisual de la Región de Murcia, se deberá presentar una parrilla de contenidos, con especificación del tipo de programa (informativos, música, deportes,...), distinción de si es o no de servicio público y del tipo de producción (propia, coproducción, encargo, ajena), que se emitirán los siete días de la semana y las veinticuatro horas del día (si en alguna franja





horaria no se pensase emitir, se indicará en el cuadro como "no emisión"), informando de forma clara la duración horaria de cada programa. Se señalarán, asimismo, los supuestos de redifusión. Se indicará claramente aquellos programas cuyo contenido esté relacionado con la Región.

La parrilla de contenidos presentada será de obligado cumplimiento para la empresa adjudicataria, en cuanto a la distribución de los tipos de programa, tipos de servicio y tipos de producción. Cualquier variación en cuanto a estos aspectos precisará de una aprobación previa por parte del Jefe del Departamento de Control del Servicio Público de comunicación audiovisual de RTRM (JDCSP).

Se deberá aportar una tabla con el reparto horario de cada género, descontando las redifusiones.

### 3. Criterios sobre la estructura organizativa y medios humanos (12 puntos)

#### 3.1 Personal directivo (3 puntos)

Se valorará la idoneidad de los profesionales asignados por el licitador para las tareas directivas e imprescindibles para la prestación del contrato. Se deberá incluir el Currículum de estos profesionales, incluyendo como mínimos los siguientes: el director de la emisora, el responsable de informativos, de programación, de antena, del área comercial, del área jurídica y del área técnica, y los editores de los programas informativos, a que se refiere el Anexo 3 del PPT. Todos ellos deberán acreditar al menos 3 años de experiencia en puestos similares, valorándose una experiencia superior por considerar que redundará en una mayor calidad del servicio prestado. En caso de no incluir CV deberá indicar el perfil que el licitador se compromete a asignar en caso de ser adjudicatario del contrato, para cada una de las funciones.

#### 3.2 Estructura organizativa (9 puntos)

Se valorará la adecuación de la estructura organizativa y de la plantilla ofrecida por el licitador para la ejecución del contrato, al conjunto de la oferta presentada.

Se deberá incluir la descripción de la organización prevista para la prestación del servicio. Para ello se aportará un organigrama de funcionamiento interno con los departamentos y número y descripción de los puestos de trabajo vinculados a cada uno de ellos. Se deberá especificar para cada uno de esos puestos las funciones y categoría profesional, tomando como referencia el convenio colectivo del sector de la industria de producción audiovisual (técnicos), publicado en el BOE nº 185 del 1 de agosto de 2009. Si algunos de los perfiles profesionales previstos no estuviera incluido en el citado convenio se deberá indicar la categoría profesional a la que se equipara.

La relación de puestos de trabajo del actual adjudicatario y sus costes salariales correspondientes, se incluyen en el Anexo II de este Pliego, así como en el Anexo 6 del PPT.





#### 4. Criterios sobre instalaciones y medios materiales y técnicos (7 puntos)

##### 4.1 Instalaciones y equipamiento técnico audiovisual (3 puntos)

Se valorará la adecuación de las instalaciones y de los medios materiales y técnicos que el licitador comprometa para la ejecución del contrato, que superen las especificaciones técnicas detalladas en el Anexo 4 del PPT.

Se especificarán los medios materiales que el licitador se compromete a disponer para el cumplimiento de las obligaciones del contrato de gestión indirecta, incluyendo los emplazamientos, dimensiones, distribuciones, instalaciones y dotaciones de los inmuebles, medios técnicos y audiovisuales que el licitador pretende utilizar para ejecución del contrato.

En la relación de medios deberán destacarse aquellos afectos al servicio público. Se entenderá que todos los medios ofertados se destinarán exclusivamente a la producción de contenidos para 7 TV Región de Murcia y exigencias del contrato. Deberán identificarse, si los hubiese, sistemas, equipos o instalaciones cuyo uso pueda destinarse también a otras finalidades, debiendo fijarse la proporción en tiempo o disponibilidad para la gestión objeto de licitación.

##### 4.2 Nuevos medios de acceso (1 punto)

Se valorarán las propuestas innovadoras para la puesta a disposición de los ciudadanos de los contenidos de 7 TV Región de Murcia, a través de medios diferentes a la TDT (portal web, aplicaciones móviles, HbbTV, etc.), de acuerdo con el apartado A del Anexo 2 del PPT. También se deberá presentar un plan de presencia en las principales redes sociales.

##### 4.3 Contenidos con calidad ultra alta definición (UHD) (1 punto)

Se valorará la producción de contenidos con calidad UHD, teniendo en cuenta el número de horas y tipos de contenidos propuestos, de acuerdo con las especificaciones dadas en el Anexo 1 del PPT y los medios previstos para la difusión de los mismos.

##### 4.4 Presencia geográfica (2 puntos)

Se valorará el compromiso de puesta a disposición de la ejecución del contrato de medios materiales y humanos en diferentes municipios de la Región y en las ciudades de Madrid y Bruselas, para la producción de contenidos, especialmente de informativos.

Se describirán los medios materiales y humanos que el licitador pondrá a disposición de la ejecución del contrato en cada municipio. Se detallarán en particular las características de las unidades ENG y sus enlaces con los centros de producción, así como el perfil del personal asignado a cada uno de dichos puntos de presencia geográfica.





## 2. PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Con fecha 21-10-2020 se elabora la versión definitiva del Pliego de Prescripciones Técnicas que regirá en la contratación, por el procedimiento abierto con pluralidad de criterios, la 'Gestión indirecta del servicio público de comunicación audiovisual televisiva de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia', al que se tienen que sujetar las ofertas técnicas que presenten las empresas que acudan a la presente licitación.

Los Miembros del Comité de Expertos designados para asistir a la Mesa de Contratación del citado expediente han tenido en cuenta, en su valoración de cada una de las ofertas presentadas, su cumplimiento y la adecuación de cada una a los citados Pliegos.

## 3. METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS SUJETOS A JUICIO DE VALOR LAS OFERTAS TÉCNICAS PRESENTADAS POR LAS EMPRESAS LICITADORAS

Los miembros del Comité de Expertos designados mediante Orden del Consejero de Economía, Hacienda y Administración Digital de 20-09-2021 para asistir a la Mesa de Contratación (D. Francisco Martínez-Lozano Martínez, D. Alejandro Oliva Bernal y D. Juan Antonio Mas Ferrer) acordaron, siguiendo las indicaciones establecidas en el PCAP la siguiente metodología homogénea para utilizar en la valoración de las ofertas presentadas.

El otorgamiento de los puntos de los criterios evaluables mediante juicio de valor, por parte del Comité de Expertos será realizado mediante la evaluación comparativa de la documentación presentada por los licitadores, para cada uno de los criterios definidos, tomando como referencia el momento actual del mercado de productos y servicios audiovisuales. Dicha evaluación será motivada en todo caso.

La metodología de la evaluación comparativa consiste en lo siguiente:

- A. La valoración de cada criterio tras la lectura de la documentación presentada, se realizará siempre teniendo en cuenta, a la hora de comparar, los aspectos que dentro de cada criterio se han definido.
- B. Dada la formación y experiencia profesional de los miembros de este Comité se decidió de forma unánime el siguiente reparto en la valoración de los criterios evaluables mediante juicio de valor:
  1. Criterios sobre la viabilidad económica - D. Francisco Martínez-Lozano Martínez
  2. Criterios sobre la programación – D. Alejandro Oliva Bernal
  3. Criterios sobre la estructura organizativa y medios humanos – Todos los miembros
  4. Criterios sobre instalaciones y medios materiales y técnicos – D. Juan Antonio Mas Ferrer
- C. Esta metodología tiene en cuenta que, los aspectos básicos a tener en cuenta en la valoración de los criterios dependientes de juicio de valor del concurso en cuestión, serán los siguientes:





1. Sólo se valorarán los extremos recogidos para cada uno de criterios (subcriterios) de valoración a que se refieren los PCAP, siempre y cuando en su propuesta técnica la empresa haga referencia a los mismos y realice una propuesta al respecto.
2. Se emplean las reglas de valoración siguientes para cada uno de los criterios:
  - Se valorará con una puntuación del **0%** sobre la puntuación máxima del apartado y/o subapartado: *No aportan información relevante sobre dicho criterio.*
  - Se valorará con una puntuación del **25%** sobre la puntuación máxima del apartado y/o subapartado: *La oferta ofrece prestaciones inferiores al resto de ofertas o a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo.*
  - Se valorará con una puntuación del **50%** sobre la puntuación máxima del apartado y/o subapartado: *La oferta está en línea con lo ofrecido por el resto de ofertas o es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo.*
  - Se valorará con una puntuación del **75%** sobre la puntuación máxima del apartado y/o subapartado: *La oferta ofrece mejoras tecnológicas o de gestión valorables, o bien tiene elementos innovadores de valor respecto al resto de ofertas o una oferta tipo del mercado televisivo.*
  - Se valorará con una puntuación del **100%** sobre la puntuación máxima del apartado y/o subapartado: *La oferta ofrece tanto mejoras tecnológicas o de gestión y elementos innovadores respecto del resto de ofertas o de una oferta tipo en el mercado televisivo.*
3. Tal y como se establece en el Apartado K del Anexo I de los PCAP que rigen la licitación, las empresas licitadores deberán presentar una Oferta Técnica (Memoria) atendiendo a lo siguiente (Sobre 2):

*“Se incluirá la documentación que permita a la mesa de contratación evaluar las ofertas de acuerdo con los criterios de adjudicación evaluables mediante juicio de valor. No deberán incluirse datos concretos relativos a los criterios de valoración evaluables de forma automática.*

*Se presentará tanto en papel como en formato digital: PDF en soporte no reescribible. En caso de discrepancia, prevalecerá lo que esté escrito en papel sobre lo que haya en soporte digital.*

*Salvo el documento 0 que es un resumen ejecutivo, el resto de documentos se corresponden con el criterio que los puntúa de acuerdo al baremo que a continuación se detallan.*

*Se deberá presentar un documento Resumen en un máximo de 15 páginas en el que se ofrecerá información sobre el licitador, los aspectos que caracterizan su oferta televisiva (estructura y contenidos de programación, audiencia objetivo),*





*así como modelo de explotación, medios técnicos, medios humanos y medios económicos.*

*Este resumen debe ofrecer una idea completa del proyecto que se presenta, destacando especialmente todos aquellos aspectos que el licitador entiende que suponen una mejora sobre los contenidos mínimos exigidos en los presentes pliegos.”*

4. La valoración de las Ofertas Técnicas se realizará teniendo en cuenta los requisitos que estas han de cumplir según se establece en los diferentes apartados del Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT) que rige esta contratación.

#### 4. EMPRESAS LICITADORAS

Según la documentación aportada por la Mesa de contratación, al presente procedimiento de licitación, han presentado proposiciones los interesados expuestos a continuación en orden alfabético:

- UTE **BAINET** COMUNICACIÓN, S.A., NRD MULTIMEDIA, S.L., EUROPHONE COMUNICACIONES DEL SURESTE, S.L. E INTERCOM TECNODIFUSIÓN, S.L. (en adelante, UTE BAINET)
- **CBM** SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U. (en adelante, CBM)
- **NOW** AUDIOVISUAL, S.L. (en adelante, NOW)
- GRUPO DE COMUNICACIÓN **PROMECA**L, S.L. (en adelante, PROMECA)
- AUDIOVISUALES **TCERO**, S.A. (en adelante, TCERO).

#### 5. VALORACIÓN DE LAS OFERTAS PRESENTADAS

Una vez valoradas individualmente (siguiendo el reparto acordado en el apartado 3), por cada uno de los miembros del Comité de Expertos designados, las ofertas presentadas por cada una de las empresas licitadoras y puestas en común, hemos consensuado los resultados que se exponen en la Tabla que se adjunta.





CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR 49 PUNTOS	UTE BAINET	CBM	NOW	PROMECAJ	TCERO
<b>1. Criterios sobre la viabilidad económica: hasta 15 puntos</b>	3,75	11,25	2,75	3,75	7,5
1.1. Análisis y conocimiento del sector de la TDT: hasta 3 puntos	0,75	2,25	0,75	0,75	1,5
1.2. Fuentes de ingresos adicionales: hasta 4 puntos	1	3	2	1	2
1.3. Coherencia e idoneidad del Plan de Negocio: hasta 8 puntos	2	6	0	2	4
<b>2. Criterios sobre la programación: hasta 15 puntos</b>	4,25	11,5	3,75	4,5	6,75
2.1 Programación y cobertura Informativa: hasta 6 puntos	1,5	4,5	1,5	1,5	3
2.2 Programación deportiva: hasta 3 puntos	0,75	3	0,75	1,5	0,75
2.3 Programación regional: hasta 2 puntos	1	1	0,5	0,5	1
2.4 Parrilla de programación: hasta 4 puntos	1	3	1	1	2
<b>3. Criterios sobre la estructura organizativa y medios humanos: hasta 12 puntos</b>	2,25	9	3	9	6
3.1 Personal directivo: hasta 3 puntos	0	2,25	0,75	2,25	1,5
3.2 Estructura organizativa: hasta 9 puntos	2,25	6,75	2,25	6,75	4,5
<b>4. Criterios sobre instalaciones y medios materiales y técnicos: hasta 7 puntos</b>	2,5	4,75	1,25	2,5	4,5
4.1 Instalaciones y equipamiento técnico audiovisual: hasta 3 puntos	1,5	2,25	0,75	0,75	2,25
4.2 Nuevos medios de acceso: hasta 1 punto	0,25	0,75	0	0,75	0,5
4.3 Contenidos con calidad ultra alta definición (UHD): hasta 1 punto	0,25	0,25	0	0,5	0,75
4.4 Presencia geográfica: hasta 2 puntos	0,5	1,5	0,5	0,5	1
<b>TOTAL</b>	<b>12,75</b>	<b>36,5</b>	<b>10,75</b>	<b>19,75</b>	<b>24,75</b>





## 6. JUSTIFICACIÓN DE LAS VALORACIONES

### 6.1. Valoración criterios de adjudicación relativos a la viabilidad económica (hasta 15 puntos)

En el presente apartado se valoran para cada una de las empresas que han presentado proposiciones, los criterios de adjudicación relativos al análisis y conocimiento del sector de la TDT, las fuentes de ingresos adicionales y la coherencia e idoneidad del Plan de Negocio.

En el análisis del presente criterio de adjudicación, se tendrá en consideración el Estudio de viabilidad económico-financiera del concurso de gestión indirecta del servicio público de comunicación audiovisual televisivo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (BORM núm. 19, de 24 de enero de 2020), en adelante Estudio de Viabilidad EF CARM.

#### 6.1.1. Análisis y conocimiento del sector de la TDT (hasta 3 puntos)

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones: *“Como base para la correcta realización de un plan de viabilidad detallado para la ejecución del contrato, se valorará el conocimiento del sector de la TDT tanto en España como en la Región de Murcia. Se incluirá un análisis del licitador sobre el sector de la TDT en España y en la Región de Murcia en el que expondrá su opinión sobre los retos, oportunidades y amenazas de la televisión en abierto a nivel nacional y autonómico. Se destacarán aquellos aspectos que se han considerado relevantes para formular su oferta televisiva y los elementos que le hacen estimar que su oferta tiene la solidez y el interés necesario para ser mantenida a lo largo del período de gestión”.*

##### a. Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET

*[Análisis y conocimiento del sector de la TDT]*

La propuesta del licitador aborda el presente criterio a través de tres apartados:

##### 1. Análisis del sector, retos, oportunidades y amenazas.

Este primer apartado contiene unas breves pinceladas del sector televisivo en España y en la Región de Murcia, contemplando la consolidación de la cadena en una franja de audiencia que oscilaría entre el 5,5% y el 6,5 % en un periodo de tres años. A continuación, expone la visión del licitador sobre la imagen y el tipo de producciones de 7 TV Región de Murcia, considerando importante la proximidad en los contenidos.

##### 2. Conocimiento del sector. Actividad en medios de las empresas integrantes de la UTE.

Este apartado se limita a describir la estructura societaria, la experiencia, el equipo de personas y las actividades realizadas por las diferentes empresas que conforman la unión temporal de empresas con la que concurren a la presente licitación:

- Bainet Comunicación S.A.
- NRD Multimedia S.L.
- Europhone Comunicaciones del Sureste S.L.
- Intercom Tecnodifusion S.L.





### 3. Análisis del mercado, estructurado en los siguientes puntos:

3.1 Estrategia publicitaria. Plantea la publicidad responsable y de calidad como declaración de intenciones y el objetivo de la personalización de productos para los potenciales anunciantes. Incide en reforzar la protección del menor de contenidos inapropiados, de modo que la publicidad sea apta para todos los targets. La estrategia publicitaria orbita sobre una oferta multimedia que contempla la inserción en la página web de un diario digital, así como patrocinios multipantalla, donde el anunciante se vincula a contenidos en televisión y en otros soportes. Toda la estrategia se dirige a que *“la suma de medios favorece el crecimiento en cobertura en todos los targets”*.

3.2 Competencia. Se exponen los resultados del “Estudio INFOADEX de la inversión publicitaria en España 2020” para concluir que si bien se observa un decrecimiento de la inversión del 0,2% de los medios controlados en 2019 y que el medio Digital alcanza por primera vez la primera posición por volumen de inversión, la Televisión es el segundo medio por volumen de negocio, con una subida exponencial en 2020, circunstancia que muestra la solidez de este medio para la captación de publicidad.

3.3 Potenciales clientes de publicidad. Se expone una cartera de clientes de las empresas que componen la UTE y se indican los sectores económicos con mayor volumen de inversión en publicidad. Además se apunta una previsión de posibles clientes en dos niveles: Clientes de dimensión estatal con presencia en la Región de Murcia y Clientes de dimensión regional y local, en este segundo caso solo agrupados por sectores y sin indicar empresas concretas. Se contempla el establecimiento de convenios de contratación de publicidad y la existencia de contactos con organizaciones empresariales de la Región de Murcia, sin que se acredite un interés formal al respecto. Finalmente se prevé contar con el Tercer Sector para el anuncio de actividades y eventos.

3.4 Análisis DAFO. En la propuesta se incluye un escueto análisis DAFO, con los elementos que se indican a continuación, sin que se explicita un plan de acción asociado al mismo:

#### Debilidades-Retos:

- Regulación novedosa.
- Ausencia de un producto igual.
- Naturaleza dinámica de las noticias.

#### Amenazas:

- Mercado publicitario inestable.
- Sector en plena transformación.
- Flujos migratorios inestables.

#### Fortalezas:

- Equipo competente y motivado.
- Fórmula de éxito contrastado.





- Disponer del conocimiento y la tecnología.
- Alto grado de contenidos informativos.

Oportunidades:

- Innovación tecnológica y del modelo de negocio. Creciente penetración de lo audiovisual.
- Aceptación de los contenidos de proximidad.
- Público objetivo de calidad.
- Comunidad bien definida y de gran apego.

3.5 Otras variables en consideración. En este punto se exponen generalidades sobre la irrupción de las tecnologías de la información y comunicación y su influencia sobre el modo de consumir televisión y sobre la fragmentación de audiencias por la multiplicación de cadenas digitales. Asimismo, se tratan de forma superficial las amenazas sobre la financiación de las cadenas de televisión, con especial incidencia en los canales autonómicos por la caída de ingresos publicitarios. Por otro lado, se expone la amenaza de las corrientes de opinión sobre el control del gasto público que cuestionan la legitimidad de políticas de gasto como las de las televisiones autonómicas.

3.6 Audiencia potencial y cuota de mercado. Para finalizar se aborda de forma sucinta la audiencia potencial y la cuota de mercado, estimando, sin ninguna consideración adicional, un share del 7% al final del periodo de gestión indirecta.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se concluye que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, al desarrollar el contenido del criterio con un escaso nivel de detalle, al limitarse en el apartado relativo al conocimiento del sector a exponer la actividad de cada una de las empresas integrantes de la UTE y al presentar un análisis de retos, oportunidades y amenazas excesivamente escueto, por todo lo cual se encuadra, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, relativo a la metodología empleada, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,75 puntos**.

b. **Propuesta relativa a la empresa CBM**  
*[Análisis y conocimiento del sector de la TDT]*

La propuesta de la empresa CBM presenta un análisis muy completo sobre el sector de la TDT en España y en la Región de Murcia, apoyado en un Informe de Análisis de Mercado de TDT en España, desarrollado para el licitador por la empresa consultora PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, S.L. (en adelante, PwC).

El análisis incluye, en líneas generales, el sector audiovisual en España, la TDT autonómica en España y en la Región de Murcia, con referencias a la industria audiovisual en la Región de Murcia, incluyendo un análisis de las empresas del sector, y un análisis sobre otros segmentos





del sector audiovisual (televisión de pago en España, sector del cine, sector de las OTT y segmentos adicionales como los videojuegos, realidad virtual, e-sports, publicidad en internet y exterior, así como podcasts), indicando, asimismo, las tendencias globales de la televisión. En el resumen ejecutivo del precitado informe, se detallan las conclusiones para el sector audiovisual en su conjunto, la televisión en abierto a nivel nacional y autonómico, con especial referencia a la Región de Murcia, conteniendo, además, los retos, oportunidades y amenazas de la televisión nacional y autonómica en abierto, tal y como se expone posteriormente.

Profundizando en el análisis, se puede observar que se contextualiza al sector audiovisual en su conjunto como resiliente y con capacidad de transformación, mostrando la tasa de crecimiento anual compuesta desde el año 2000. El estudio contempla el posicionamiento de España en el sector audiovisual, analizando los diferentes segmentos que lo componen y las ventanas de emisión. A través del análisis de la televisión nacional en abierto, se muestra su impacto social, cultural y de entretenimiento y su capacidad de liderazgo en cobertura y consumo en España.

En el análisis también se detalla el *mix* de contenidos del producto televisivo, a través de su evolución y las estrategias de contenidos por grupos empresariales y por franjas horarias, así como la cobertura de la televisión, donde se destaca que la publicidad en televisión genera un gran impacto, efecto memoria y un retorno superior a otros medios.

Continúa el análisis mostrando de forma completa las audiencias y su evolución por grupos de medios, incluyendo consumos por día y franja horaria, así como los nuevos canales de distribución fruto de la digitalización, analizando expresamente los tres nuevos canales principales de distribución que están desarrollando las cadenas en abierto, es decir, la televisión conectada, las OTT propias y la producción nativa digital.

Otro aspecto destacado es la monetización de la televisión, donde se pone de manifiesto la falta de correlación entre la inversión publicitaria y las audiencias de televisión; asimismo, se analizan las nuevas líneas de ingresos de la televisión en abierto, a través de la integración vertical de la cadena de valor, la inclusión de otras actividades del sector audiovisual dentro de un determinado grupo empresarial y la apertura a nuevos negocios que despierten el interés del espectador, incluyendo ejemplos reales de este tipo de actuaciones llevadas a cabo por grupos empresariales nacionales, así como actuaciones en materia de innovación tecnológica y expectativas de la televisión tras el covid-19.

El análisis también dedica un apartado a la TDT autonómica, profundizando con detalle en el estudio de la televisión autonómica en España, exponiendo recursos dedicados y eficiencia en la consecución de audiencias, donde se indica que las televisiones autonómicas de la Región de Murcia y de Castilla—La Mancha, son las más eficientes en el uso de la aportación pública para obtener share, siendo capaces de alcanzar un 0,1% de audiencia empleando para ello aportaciones públicas inferiores a los 4,5 millones de euros frente a los 14,5 millones de euros de media que el conjunto de las 11 cadenas de la FORTA requiere. Asimismo, se detallan los ingresos y gastos en las cadenas de televisión FORTA. Además, trata ampliamente la TDT en la Región de Murcia, incluyendo el mix de contenidos y la evolución de la penetración y de las audiencias de la televisión en nuestra región en función de una multiplicidad de factores.





La industria audiovisual de la Región de Murcia se analiza desde el punto de vista de las empresas y el empleo, poniéndose de manifiesto que el sector audiovisual genera un empleo de mayor calidad, presentando salarios superiores a la media. También se detalla la dimensión del tejido empresarial del sector audiovisual en la Región de Murcia en torno al efecto tractor de la televisión autonómica.

En relación con los otros segmentos del sector audiovisual citados con anterioridad, se analiza la televisión de pago en España, dominada por la televisión por IPTV, el sector del cine en España y su comparativa con el sector a nivel internacional, así como el sector de las OTT, que constituyen un nuevo segmento en expansión internacional basado en el consumo digital de contenidos bajo demanda. Se analizan también el resto de los segmentos adicionales (videojuegos, realidad virtual, e-sports, publicidad en internet y exterior, así como podcasts) al entender que el consumo de entretenimiento no se realiza de forma estanca, afectando al consumo del resto de segmentos, por lo que es necesaria una visión de conjunto considerando todas las tendencias, que suponen oportunidades de diversificación y nuevas líneas de ingresos.

Se exponen las tendencias de la televisión a nivel internacional y con más detalle las experiencias de las televisiones públicas regionales en Europa, con dos casos concretos en Reino Unido e Irlanda.

Finalmente se ponen de manifiesto las actuaciones contenidas en su propuesta ante las conclusiones del informe de PwC, describiéndose estas actuaciones con referencia expresa al apartado correspondiente de la oferta donde se detalla cada actuación. A continuación, se citan de forma esquemática las citadas actuaciones:

- El sector audiovisual se encuentra en transformación debido a la digitalización y la tecnología. Esta actuación incluye un Plan de transformación digital con especial impacto en la redacción de informativos y deportes, así como la creación de espacios web específicos en estos ámbitos.
- El sector es resiliente. El consumo de contenido ha aumentado. Fortaleza de la TV en abierto dentro de este contexto. El licitador expone que el modelo de programación ha alcanzado cifras históricas en los análisis de audiencia y que la propuesta avanza por ese camino, planteando actuaciones de crecimiento de los segmentos complementarios de la oferta de TDT.
- España tiene una posición fuerte y consolidada en la situación actual. Esta actuación incluye acciones para la atracción de rodajes, el desarrollo de oportunidades de negocio a empresas y profesionales de la Región de Murcia y la generación de impacto económico en sectores como el turismo.
- Evolución del producto de TV en abierto en España hacia contenidos de entretenimiento e informativos que vertebran las parrillas. Acción: contenidos de información y entretenimiento sobre la Región, compitiendo con el contenido de ficción de las nuevas plataformas.





- La TV en abierto sigue siendo el medio con mayor cobertura, aventajando a Internet. Es el medio con más velocidad de cobertura. Acción: programación de cercanía y apuesta por la vertebración territorial.
- La TV en abierto explora desarrollos de nuevos canales de distribución para mejorar su oferta diferencial a los espectadores. Acción: oferta de servicios digitales a partir de nuevos contenidos, nuevas plataformas y nuevos modos de difusión. Participación de desarrollos tecnológicos con Universidades de la Región de Murcia.
- La TV en abierto mantiene su fortaleza publicitaria en España. Y busca nuevas vías de ingreso. Acción: elaboración del Plan Comercial considerando el contexto normativo de nueva la Ley General Audiovisual. Fórmulas alternativas de ingresos.
- Las subvenciones medias por habitante al año en las TV autonómicas tienen mucha variabilidad. Acción: compromiso de sostenibilidad financiera.
- Los modelos de operación de TV que focalizan el gasto en su ámbito territorial permiten aprovechar un efecto multiplicador del retorno de la inversión a nivel local. Acción: fomento de la producción independiente regional y presencia activa en Spain Audiovisual Hub como elemento de recuperación de la industria audiovisual.
- El papel de 7TV en la transformación del sector. La propuesta contempla que el coeficiente multiplicador del empleo indirecto generado pasará de 1,75 veces a 2 veces, es decir, se espera que el empleo indirecto generado duplique al personal propio y que el número de empresas regionales participantes se incremente desde las 40 actuales a 50 empresas.
- Otros sectores de contenidos tienen potencial crecimiento. Según la propuesta, el cine es uno de los sectores con más crecimiento potencial, garantizando la inversión a través de la financiación de obra europea, independientemente de que se genere la obligación o no. Asimismo, se plantean acciones de promoción y comercialización de la Región de Murcia como destino de rodajes. Igualmente la propuesta incluye modelos de video y audio digital para las principales plataformas de redes sociales.
- Los modelos europeos de TV pública orientados a la producción propia e independiente son modelos de éxito y tienen una alta contribución al PIB. La oferta establece como clave prioritaria la programación de contenidos sobre la Región de Murcia, realizados en la Región de Murcia, por empresas de la Región de Murcia desde un punto de vista de equilibrio distributivo, de tal modo que el total de los encargos de producción necesarios para completar la programación se realizará a productores independientes de la Región de Murcia, a través de convocatorias abiertas, sin que ninguno de ellos concentre más del 6 % sobre el importe de la compensación del servicio público.

El análisis aborda extensamente las actuaciones de la propuesta ante las claves de relevancia extraídas de los retos, oportunidades y amenazas descritos en el resumen ejecutivo del informe de PwC, que de forma esquemática se indican a continuación:





#### Retos:

- Mantenerse como referente en entretenimiento e información y mantener o incrementar el consumo diario. Acción: modelo de programación que genera fidelización y crecimiento de audiencias. Informativos reconocidos por su credibilidad.
- Amplificar la audiencia apoyándose en el canal digital. Capturar cuotas de mercado en audiencias jóvenes. Acción: búsqueda de nuevos públicos y continuar con la expansión de targets de audiencia.
- Afrontar el cambio tecnológico y generar capacidades digitales diferenciales en entornos limitados de presupuesto. Desarrollar una oferta de valor transmedia. Incrementar la interacción con el espectador. Acción: plan de inversiones con más de 15 planes de renovación tecnológica.
- Balancear el propósito de las televisiones autonómicas de servicio público con un modelo comercial y la búsqueda de nuevas fuentes de ingresos. Acción: consideración en la propuesta del cambio en el modelo normativo con la modificación de la Ley General de Comunicación Audiovisual. Propuesta de ingresos alternativos y un modelo de programación que permita mantener la sostenibilidad del proyecto.
- Transformar modelos operativos tradicionales para conseguir más capacidades digitales. Maximizar la eficiencia de las organizaciones. Acción: producción de contenidos transmedia que los espectadores perciben de valor añadido. Plan tecnológico como vehículo de eficacia para la cercanía del ciudadano.

#### Oportunidades:

- Desde una óptica del producto y consumo, alcanzar un posicionamiento diferencial para el aprovechamiento de nuevos sectores en crecimiento. Acción: planificación de programación y contenidos con el objetivo de mantener el crecimiento en nuevos públicos con target más joven.
- Ser referente de información, entretenimiento y deporte local. Acción: potenciar el contenido de proximidad frente a los productos globales de la competencia.
- El cambio tecnológico como evolución. Acción: progresar en la oferta de contenidos digitales desde una óptica transmedia. Plan de renovación tecnológica de equipos.
- Desarrollar nuevos modelos de negocio que permitan conseguir mayores ingresos. Acción: impulso al ecosistema de empresas regionales. Propuestas de experiencias publicitarias asociadas a plataformas web y HBBTV.
- Aprovechar la solidez financiera y el tejido capilar de la industria local en el modelo operativo. Acción: propuesta de modelo de gestión de equilibrio entre las obligaciones de servicio público y obtención de un rendimiento dentro de la sostenibilidad económica. Realización de coproducciones que retornan en valor a la producción independiente regional.

#### Amenazas:

- Mayor competencia por parte de agentes audiovisuales. Acciones: contenidos de proximidad y productos alternativos a OTTS y Tv de pago. Captación de nuevos públicos para compensar el envejecimiento progresivo de la edad de los





espectadores. Completa oferta a nativos digitales. Propuesta de modelo comercial que genera independencia respecto a la compensación por el servicio público.

- Reducción del mercado publicitario de televisión tradicional. Acción: el plan comercial propuesto contempla el estrechamiento del mercado publicitario de la televisión y los cambios previstos en el nuevo reglamento sobre publicidad.
- Balancear correctamente la eficiencia en costes con la inversión en innovación que requiere nuevas fórmulas para diferenciarse en los modelos operativos. Acción: plan de negocio equilibrado y solvente con una estructura de capital poco apalancada y con robusta financiación bancaria. Plan de inversiones relevante.

Cada uno de los elementos expuestos está desarrollado en la propuesta y contiene referencias expresas a la parte de la oferta donde se detalla la actuación concreta, tratando de poner de manifiesto aquellos aspectos que se han considerado relevantes para la formulación de la oferta televisiva y los elementos que le otorgan solidez y la dotan de interés para ser mantenida a lo largo del periodo de gestión.

Finaliza este apartado de la propuesta con una relación de 15 objetivos de proyecto y las calves del modelo de actuación en cinco ámbitos:

- Modelo operativo.
- Modelo editorial.
- Cumplimiento de objetivos de servicio público.
- Mejora de eficiencia.
- Contribución a la economía regional.

Como se ha puesto de manifiesto, la proposición del licitador, relativa al análisis y conocimiento del sector de la TDT, se fundamenta en un Informe de Análisis de Mercado de TDT en España, desarrollado para el licitador por la empresa consultora PwC, que según declara la empresa redactora del mismo, *“incorpora información pública disponible de fuentes contrastadas e información elaborada por PwC en base a su conocimiento sectorial y de industria, manifestando expresamente PwC que no ha participado en el desarrollo de la oferta técnica propuesta por CBM y no es conocedor de los detalles de la misma, proporcionando el informe una visión sectorial independiente”*, lo que aporta valor añadido al análisis realizado por el licitador y puede ser considerado, en función de su contenido, como un elemento favorecedor de la gestión.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, dado el detalle del análisis expuesto sobre la TDT nacional y regional y las actuaciones propuestas a partir de las conclusiones del Informe PwC sobre retos, oportunidades y amenazas de la televisión en abierto, se deduce que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que le corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, al ofrecer mejoras de gestión valorables, por lo que se le otorga **una puntuación de 2,25 puntos**.





c. **Propuesta relativa a la empresa NOW**  
*[Análisis y conocimiento del sector de la TDT]*

La propuesta del licitador comienza con un análisis de la TDT en España en el que se explicitan los diferentes hitos acaecidos desde 2010 hasta la actualidad, el consumo promedio con un desglose por grupos de edad, la televisión de pago IPTV y OTT por streaming. Resalta la competencia creciente de las compañías de streaming, presentes en el 38,8% de hogares españoles.

El análisis también aborda la transformación del modelo del sector audiovisual en base a la fragmentación de la audiencia, motivada por la proliferación de canales y los dispositivos móviles. Entre los principales cambios, se apunta que el vídeo se consumirá en todas partes y en cualquier momento y se fomentará que los usuarios tengan nuevas formas de interacción con los contenidos. Asimismo, se espera un aumento de la duración de los anuncios que tenderán a contar historias que impliquen al usuario, tendiéndose de igual forma a la mezcla de contenidos de entretenimiento con situaciones de la vida real.

A continuación, se analiza comparativamente el tiempo de consumo de internet y de televisión, así como el dimensionamiento del mercado de la televisión conectada y los hábitos de uso y consumo, expresando gráficamente el consumo de contenidos audiovisuales por internet frente al de televisión lineal.

Además, se expone el grado de implantación de la sociedad digital en la Región de Murcia, con una convergencia real con la media nacional en equipamiento y uso de las TIC: hogares con acceso a internet, conexión de banda ancha, viviendas con ordenador y teléfono móvil.

Para finalizar, se analiza de modo muy escueto el sector de la TDT en la Región de Murcia, donde se pone de manifiesto que 7TV Región de Murcia resistió a la crisis económica y consolida su implantación, aumentando el número de contactos diarios, siendo en los seis primeros meses de 2020 según datos de Kantar Media, la cadena pública autonómica que experimentó mayor crecimiento y un máximo histórico de cuota del 5% en octubre de ese mismo año.

Seguidamente se expone un análisis DAFO con las siguientes consideraciones:

**Debilidades**

- Notable migración de contenidos al mundo digital.
- Escasa diferenciación entre los contenidos ofrecidos.
- Cambios en los hábitos de consumo.
- Dependencia de modelos de financiación en las TV públicas.
- Contenidos poco atractivos para los jóvenes que están cambiando las pautas de consumo.
- Situación económica post COVID-19.

**Amenazas**

- El posicionamiento del mundo digital debilita el escenario.
- Fragmentación y diversificación del mercado debido a las nuevas tecnologías digitales y a los cambios en el comportamiento del consumidor.





- La inversión publicitaria comienza a definirse en el mundo digital.
- Competencia audiovisual y multimedia en soportes más modernos.
- Cambios tecnológicos continuos.

#### Fortalezas

- Plantilla amplia con una adecuada mezcla de experiencia y juventud.
- Asentamiento de plataformas y regulación de las mismas.
- Comienza la monetización del mundo digital.
- Amplia cobertura de la realidad de la región: gran capacidad de reacción ante las noticias.
- Proximidad sin competencias.
- Alto grado de experiencia y competitividad.

#### Oportunidades

- Gran potencial de mejora.
- Evolución tecnológica.
- Desarrollo y producción de contenidos para el mundo digital.
- Aumento del número de jóvenes con talento que pueden incorporarse a la organización en el futuro.
- Aumenta la publicidad en el medio digital.
- Nuevos modelos de negocio a través de la tecnología 5G.

La propuesta incluye unas actuaciones de desarrollo fundamentadas en generalidades.

Finaliza este punto resaltando las características de la oferta presentada:

- Compromiso: con contenidos de calidad, con el concepto autonómico de la información, con un nuevo espectador y nuevas formas de difusión de contenidos y con una programación de servicio público y una información plural y rigurosa.
- Proximidad en dos aspectos: contenidos de la programación y tecnología de la producción.
- Espectador: poner en el centro al nuevo espectador multiplataforma.
- Compartir la tendencia hacia a la 'televisión social' con interacción a través de las redes sociales y compartir experiencias que lleven a la fidelización del espectador.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, al desarrollar el contenido del criterio con un escaso nivel de detalle y proponer unas actuaciones basadas en generalidades, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga una puntuación de **0,75 puntos**.





d. **Propuesta relativa a la empresa PROMECAL**  
*[Análisis y conocimiento del sector de la TDT]*

La propuesta del licitador para el presente criterio se expone en un único apartado, donde se pone de manifiesto que existe un duopolio publicitario que, con una cuota de audiencia del 55%, consigue gestionar más del 90% del mercado publicitario. A continuación, el licitador expone su visión sobre las licencias televisivas en el ámbito local y autonómico, particularizando en los modelos de Navarra, Castilla y León, La Rioja y la Región de Murcia. Para mostrar la transformación del sector audiovisual, se exponen los modelos empresariales de Blockbuster Video y Netflix en el ámbito norteamericano. Partiendo del modelo empresarial de 'Netflix', se introduce el concepto de las OTT, empresas que transmiten contenidos a través de internet sin acudir a los operadores tradicionales.

Por otro lado, se pone de manifiesto que la introducción en el mercado del smartphone junto con la ubicuidad de los ordenadores, especialmente con la aparición de los ordenadores portátiles, permitió romper el espacio físico y la necesidad de producir contenido para un público amplio y heterogéneo. Con anterioridad, la televisión era un contenido colectivo porque se veía en común con otras personas, miembros de la familia, en un entorno específico, siendo el salón el epicentro de una actividad que consumía diariamente más de cuatro horas.

Con este breve análisis se trata de explicar tres hechos constatables del mercado televisivo actual:

- Fragmentación de la audiencia
- Dificultades para la correcta medición del consumo audiovisual
- Ruptura de las pautas de visionado.

Adicionalmente, el análisis introduce ciertas consideraciones sobre la inversión publicitaria en España, poniendo de manifiesto que en el ejercicio 2019 se acusó un descenso del 5,8%, alcanzando una cifra de 2.002,8 millones de euros a nivel nacional, apuntando que para el ejercicio 2020 la caída podría acelerarse, ante el impacto creciente de una mayor dispersión de la audiencia y la llegada masiva de nuevas OTT y las nuevas pautas de consumo.

A nivel autonómico, se pone de manifiesto que en el ejercicio 2019, la reducción de ingresos publicitarios alcanzó el 12,6% situándose en 89,3 millones de euros en todo el país, poniendo de manifiesto que la única forma de garantizar una producción regional propia de calidad y significativamente relevante requiere garantizar unos ingresos públicos recurrentes y plurianuales. A nivel local, según el licitador, la viabilidad resulta imposible teniendo en cuenta que los ingresos de las televisiones locales en toda España no llegan a los 2,4 millones de euros.

Para finalizar, este análisis muestra los intereses en conflicto en el sector audiovisual relativos a la cuantificación de la audiencia. Mientras las OTT son contrarias a cualquier sistema de medición, en tanto que sus ingresos provienen de las suscripciones y no de la publicidad, las cadenas que operan en abierto consideran que las mediciones las infravaloran por el aumento del consumo a la carta no lineal.





En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se concluye que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, al desarrollar el contenido del criterio con un escaso nivel de detalle, sin aportar un análisis DAFO ni destacar los elementos que aportan solidez a su oferta, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,75 puntos**.

e. **Propuesta relativa a la empresa TCERO**  
*[Análisis y conocimiento del sector de la TDT]*

La propuesta del licitador comienza exponiendo el marco regulatorio del sector audiovisual, con referencias a la Constitución española, al derecho de la Unión Europea y al resto de disposiciones legales y reglamentarias de desarrollo, tanto a nivel estatal como autonómico. Añade que el modelo de gestión para la televisión autonómica deberá incluir los elementos necesarios para dar respuesta inmediata a los requerimientos derivados de la evolución del Marco Regulatorio.

A continuación, el análisis aborda el consumo de televisión a través del perfil del consumidor, que contiene datos basados en el Informe ‘Sociedad digital en España 2019’ editado por la Fundación Telefónica, haciendo un escueto análisis del porcentaje de usuarios que accede a internet, tanto en España como en la Región de Murcia, con referencia al nivel de confianza que los usuarios tienen en la red. En este apartado también se aborda cómo influye la situación familiar en los hábitos de consumo de ocio digital, así como referencias a los dispositivos de acceso a servicios de contenido audiovisual digital. Se analiza el consumo de televisión convencional en España, indicando que mantiene una tendencia bajista en los últimos siete años, descendiendo el consumo sin invitados, hasta los 206 minutos al día en el ejercicio 2019. Asimismo, también consta este análisis para la Región de Murcia, que se sitúa 9 minutos por debajo de la media nacional. Se analizan estas cifras por sexos y por grupos de edad.

Se expone el incremento de la Muestra Kantar para el análisis de audiencia y el impacto en el consumo de televisión de las segundas residencias, el consumo diferido y los invitados.

El análisis hace referencia al visionado en el televisor de fuentes externas no consideradas televisión (reproductores VHS, DVD, Blu-ray o videoconsolas) e internet, que presenta incrementos significativos en los ejercicios 2019 y 2020; incluye un análisis de las suscripciones en las plataformas de streaming (OTT), destacando un consumo No TTV en la Región de Murcia de 18 minutos de media por individuo, cifra un 20% superior a la media nacional. Este hecho podría explicarse por el perfil más joven de la población regional. A la vista de estos datos, la propuesta concluye que *“la Región de Murcia presenta un nicho importante de consumidores potenciales que podrían ser atraídos con contenidos online de 7TV”*.

A partir de estos datos expone que 7TV podría mejorar la cobertura total y la inversión publicitaria con una mejor gestión y potenciación de i) Web 7TV, ii) App móvil y iii) Servicio de video bajo demanda HBBTV.





Por otro lado, se pone de manifiesto el estado de la tecnología y las previsiones de evolución, apuntando que la TDT permite el uso compartido del espectro con otros servicios que trabajan en la misma banda como los micrófonos inalámbricos y los espacios en blanco. También se hace referencia al despliegue del segundo dividendo digital, por el que se libera la banda de 700 MHz con objeto de implantar en ella las futuras redes de telecomunicaciones 5G y se detallan los beneficios que la tecnología 5G aportará al sector audiovisual, como la alta definición 3D y resoluciones 4K/8K, apuntando que es preciso analizar y estimar los tiempos necesarios hasta que esta tecnología haya alcanzado el nivel de madurez tecnológica y económica necesaria para su incorporación con éxito a 7TV Región de Murcia, ya que en el ejercicio 2020, la previsión de la Unión Europea es el desarrollo comercial temprano del 5G.

En el apartado correspondiente al análisis del mercado de la televisión en España y Murcia, se ponen de manifiesto de forma sucinta las perspectivas de las cadenas generalistas en España, donde existe una fuerte concentración por grupos empresariales, de tal forma que el 70% del mercado televisivo español se reparte entre Mediaset España, Atresmedia y Grupo RTVE, así como, las perspectivas de las cadenas temáticas de TDT en España, donde se señala al entretenimiento como pilar de la televisión generalista y la ficción en las plataformas OTT. También se incluye un breve análisis del mercado de la televisión de la Región de Murcia y una referencia a las perspectivas de las cadenas generalistas y temáticas de TDT en la Región de Murcia con anterioridad a la situación generada por la COVID-19, destacando entre las generalistas el predominio del entretenimiento entre los programas más vistos en el ejercicio 2019, y entre las temáticas de TDT, los contenidos de ficción, posicionándose 7 TV Región de Murcia en segundo lugar con un 2,8% de share.

A continuación, se expone la perspectiva de las cadenas en la Región de Murcia en 2020, donde, entre otros, se realiza un análisis de audiencias en los últimos cinco años y se establecen clasificaciones de los programas más vistos en el año 2020.

Seguidamente se aborda el análisis y perspectivas de 7TV, indicando que se encuentra en una situación desfavorable como consecuencia de una rejilla de muy bajo coste, con nula inversión en producción de ficción nacional y una elevada presencia de reposiciones en franjas relevantes como la sobremesa o el prime time, donde existe un gran consumo televisivo. El análisis también incluye el perfil y edad de la audiencia de 7TV, donde se pone de manifiesto la existencia actual de un público levemente femenino (55,4%) y notablemente adulto (79,5% más de 45 años), deduciéndose la necesidad de emitir una oferta televisiva que resulte atractiva a un público más amplio. Finaliza con una breve descripción de los suscriptores al canal de YouTube y a la red social Twitter, mostrando ambas plataformas un potencial de crecimiento en audiencia con las mejoras y cambios oportunos.

Asimismo, el análisis incluye de modo esquemático los retos, oportunidades y amenazas de la televisión en abierto a nivel nacional y autonómico, tal y como se indica a continuación:

#### Retos

- Satisfacer el incremento del consumo de contenidos en internet en todos los *targets* de consumidores, que presentan altos niveles de madurez digital.





- Conseguir una oferta atractiva de contenidos para Smartphone y Smart TV como dispositivos principales de acceso a contenidos en internet, con gran crecimiento en Murcia.
- Ofrecer mayor calidad de contenidos para el ciudadano (UHD).
- Impulsar la tecnología HBBTV para proporcionar nuevos servicios complementarios TDT + OTT.
- Aprovechar el despliegue de las nuevas tecnologías de comunicación 5G.
- Despertar el interés del espectador murciano por la oferta de la televisión autonómica 7 TV, por la que muestra un especial desapego, en especial en el *target* de espectadores de entre 25-44 años, muy debilitado.
- Crear engagement de los espectadores murcianos con 7TV en las redes sociales, con programas que tengan perfiles propios, especialmente en Twitter, red principal de la cadena.

#### Oportunidades

- La TDT en abierto sigue siendo una referencia para el consumidor.
- Aumenta el consumo de contenidos de las cadenas convencionales vía web y app.
- Fuerte crecimiento del consumo online con un importante nicho de potenciales consumidores de contenidos online en el televisor que podrían ser atraídos a 7TV con una oferta que seduzca y cubra sus intereses.
- Nuevas técnicas de codificación que permiten la evolución de la TDT con mayor eficiencia en el uso del espectro de la TDT y nuevas prestaciones de movilidad y portabilidad.
- Remonta en España el *share* de las cadenas autonómicas.
- El entretenimiento, principal pilar de la oferta generalista liderado por la televisión convencional.
- El espectador murciano presenta mayor preferencia por canales tradicionales generalistas.
- En Murcia, la oferta de pago cae de forma significativa.

#### Amenazas

- Tendencia a la baja en el consumo de televisión en todos los *targets* de edad, especialmente en jóvenes y niños.
- En Murcia se consume menos televisión que en el resto de España y se acusa menos en mujeres y en mayores de 64. Muy acusado en franjas de 45-64 y niños.
- Fuerte crecimiento del consumo de TV de pago y consumo no TTV (vídeo en streaming y web) en España.
- Fuerte incremento de la presencia de plataformas OTT en los hogares. Murcia sigue la tendencia del resto de España.
- Sucesivas reducciones del espectro radioeléctrico.
- Mercado televisivo muy fragmentado, acaparado por la oferta temática y con descenso significativo en la cuota de pantalla en cadenas nacionales y privadas generalistas.





Por último, el licitador expone los elementos fundamentales de su oferta:

- Un contenido diseñado para atraer y fidelizar al espectador.
- Programación de servicio público: 81 horas semanales
- Categoría informativa: 38,67 horas semanales, incluyendo 3,75 horas dedicadas a los 45 municipios.
- Categoría deportiva: 7 horas semanales de cualquier categoría.
- Categoría de actualidad/entretenimiento: 49,33 horas semanales de entrevistas, tertulias, etc.
- Categoría cultural/divulgativa: 9,5 horas semanales.
- Categoría espiritual/religiosa (sin concretar)
- Categoría ficción: puesta en escena de la primera ficción murciana.
- Categoría redifusiones/reposiciones/minutos musicales (sin concretar).
- A la vanguardia de la innovación tecnológica.
- Tecnología 4K
- Streaming
- Automatización en la gestión de la publicidad
- Platós virtuales y realidad aumentada
- Sistema de producción Estructure Kosmos Everywhere
- Preparada para responder a la nueva demanda de contenidos:
  - Amplia propuesta para el portal Web 7TV basada en la plataforma Estructure TVSITE
  - Impulsar la presencia de 7TV en RRSS (Twitter, Instagram, YouTube y Facebook)
- Económicamente sostenible:
  - Plan de Ingresos con fuentes de financiación alternativas a la subvención pública
  - Plan de liquidez con aval de socios y compromiso de entidades financieras
  - Plan de Gasto ajustado
  - Fuerte compromiso de sostenibilidad económica con la empresas del sector audiovisual
- Transparente y socialmente responsable.
  - Plan de Compliance que garantiza el cumplimiento de la LOPD
  - En materia laboral, velar por la aplicación del Convenio colectivo del sector de la industria de producción audiovisual
  - Compromisos de proyectos de responsabilidad social, Políticas medioambientales y desarrollo de un Código de Buenas Prácticas

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, relativo a la metodología empleada, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1,5 puntos**.





### 6.1.2. Fuentes de ingresos adicionales (hasta 4 puntos)

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones: *“Se valorarán las propuestas para obtener fuentes de ingresos adicionales a la compensación por prestación del servicio público que permitan incluir una programación de calidad no de servicio público que conlleve un aumento de los índices de audiencia. La oferta deberá incluir la descripción e importes de otras fuentes de ingresos adicionales, diferentes a la compensación por la prestación del servicio público, propuestas, caso de ser adjudicatario”*.

En el análisis del presente criterio de adjudicación, se tendrá en consideración el Estudio de viabilidad económico-financiera del concurso de gestión indirecta del servicio público de comunicación audiovisual televisivo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (BORM núm. 19, de 24 de enero de 2020), que incluye una estimación de ingresos potenciales por publicidad.

a. **Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET**  
*[Fuentes de ingresos adicionales]*

La propuesta del licitador para el presente criterio de adjudicación presenta una estructura que no permite la identificación rápida de los puntos evaluables y de las peculiaridades técnicas de la misma.

La propuesta comprende 12 fuentes de ingresos adicionales a la compensación por servicio público, la mayoría de casos con una breve descripción:

- Publicidad convencional. Se inicia con una muy breve exposición de la publicidad convencional, donde se expone que el licitador hará uso de los siguientes formatos publicitarios: Spot / Patrocinio / Mención / Telepromoción / Product Placement / Sobreimpresión / Cortes cualitativos. Propone además su integración en la plataforma NewixMedia para la comercialización de su oferta publicitaria, así como la disposición de realizar acuerdos con otros canales autonómicos (sin detalle) para que la publicidad de los anunciantes alcance la máxima audiencia.
- Publicidad no convencional. A continuación, expone su proyecto de publicidad en internet, a través del portal web que el ente público RTRM cederá al adjudicatario, en el que incluirá un diario digital. En relación con el dominio [www.7tvregiondemurcia.es](http://www.7tvregiondemurcia.es), se realiza un análisis del mismo, indicando el número de páginas indexadas en los principales buscadores, y se propone cambiar la url del dominio por [www.7tv.es](http://www.7tv.es), sin que esta propuesta aporte valor añadido, al estar ya previsto en el apartado A del Anexo 2 del Pliego de Prescripciones Técnicas (en adelante, PPT). A partir de una auditoría general de SEO, la propuesta cita la existencia de gran cantidad de deficiencias técnicas en los contenidos y en el propio portal que deben ser subsanados, sin detallar las mismas ni proponer soluciones. La propuesta también incluye generalidades sobre las ventanas pop-up, indica la carencia de certificado SSL, y estima una cifra de tráfico web nada interesante para que una empresa cliente decida invertir en publicidad, planteando la necesidad de aumentar la audiencia on line y la retención de ésta.





Seguidamente se ponen de manifiesto los resultados que arroja la herramienta de auditoría Lighthouse de Google, tras un análisis del portal. A continuación, se incide en el nuevo diseño del portal web, proponiendo un diseño con formato de diario digital con TV en directo, indicando de forma esquemática los contenidos de éste y proponiendo la creación de una aplicación web progresiva (PWA), un boletín informativo, así como landing papers para potenciar el tráfico retenido y la obtención de una base de datos de suscriptores para posteriores campañas de marketing. Se propone añadir a la web plataformas de servicios adicionales para retener el tráfico y monetizar éste: tablón de anuncios, tienda productos 7TV, directorio de empresas de la Región.

- Dispositivos móviles. La propuesta plantea unos contenidos publicitarios responsive, adaptados a los móviles.
- HBBTV. Oferta de televisión híbrida (HBBTV), en línea con lo dispuesto en el PPT.
- Creación de una Agencia de Noticias Regional. Además, se propone la creación de una agencia regional de noticias vinculada a 7 TV, sin aportar detalles sobre la forma jurídica ni el modelo de negocio.
- Venta de producciones y derechos de programas. Este apartado se limita a reproducir el contenido del PPT, sin aportar datos relevantes adicionales.
- Anuncios y patrocinios en el programa 'La cima del éxito'. Por otro lado, se proponen fuentes de ingresos adicionales asociados a un programa denominado "La cima del éxito", programa itinerante por diferentes municipios de la Región, con posibles anunciantes locales y patrocinios de ayuntamientos.
- Personajes del programa infantil.
- Alquiler de sus unidades móviles.
- Alquiler de canales HBBTV, a través de la habilitación de canales en streaming para que puedan ser utilizados por las empresas, organismos, asociaciones, etc
- Servicio HBBTV Hoteles. Se propone la prestación de un servicio en las televisiones de las habitaciones de los hoteles a través del HBBTV de 7TV, donde se plantean unas elevadas expectativas de ingresos adicionales.
- HBBTV Clics.

La cuantificación de los ingresos adicionales queda recogida en el apartado de Coherencia e idoneidad del Plan de Negocio, sin incluir dato alguno en el presente criterio.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, considerando que la propuesta realizada por el licitador contiene una amplia variedad de fuentes de ingresos adicionales, si bien en la mayoría de casos con una breve descripción genérica, no incluyendo





importes en este criterio para las fuentes de ingresos distintas a la publicidad, se concluye que esta oferta ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1 punto**.

b. **Propuesta relativa a la empresa CBM**

*[Fuentes de ingresos adicionales]*

La propuesta del licitador sobre fuentes de ingresos adicionales a la compensación por servicio público está basada en 25 fuentes de ingresos adicionales, que en función de su naturaleza se agrupan en las siguientes categorías:

- Ingresos por venta de publicidad convencional.
- Ingresos por venta de publicidad no convencional.
- Ingresos por acciones especiales y eventos.
- Ingresos por retorno de mecanismos asociados a la publicidad.
- Ingresos derivados de la explotación de contenidos de producción propia.
- Estructuras de valor añadido en la producción de contenido.

Según figura expresamente en la propuesta, los ingresos adicionales que se materialicen a través de los instrumentos descritos en este apartado serán los destinados en esta oferta, a la adquisición y/o producción de programación no de servicio público en aras de incrementar la audiencia de 7TV.

El licitador indica que para el planteamiento y proyección de las fuentes alternativas propuestas se han tenido en cuenta las previsiones contenidas en el Informe de Análisis de Mercado de la TDT en España elaborado por PwC, siendo los aspectos destacables:

- Incremento del consumo audiovisual y fortaleza de la TV en abierto.
- TV en abierto como medio con mayor consumo.
- Incremento de audiencia de 7TV desde 2016 y su Power Ratio.
- Evolución de la TV hacia contenidos de entretenimiento e informativos.
- Transformación del sector audiovisual debido a la digitalización y la tecnología y búsqueda de nuevas vías de ingresos: ingresos digitales.
- Potencial crecimiento del video y contenido digital (YouTube, Twitter, Facebook, *Podcast*, etc.).
- Distribución de espectadores en la Región de Murcia y edad media de consumo de TV.
- Nuevas fórmulas de impulso para el retorno de las inversiones en publicidad mediante retorno e impulso de *startups*.
- Crecimiento del sector del cine durante los últimos años.

A continuación, se exponen las 24 fuentes de ingresos adicionales a la compensación por servicio público propuestas por el licitador, mostrándose a continuación una breve sinopsis de las mismas:





- I. Venta de publicidad convencional usual. Incluye la comercialización de espacios en los cortes publicitarios de la parrilla de programación para emisión diaria de campañas de *spots*.
- II. Venta de publicidad convencional especial. Incluye patrocinios de programas o secciones de estos; momentos internos dentro de los programas; telepromociones; sobrepresiones; avances patrocinados; menciones; emplazamientos de producto y cortes exclusivos.
- III. Publicidad en contenido o Branded Content. A partir de dos modelos comerciales: modelo "llave en mano" y modelo "a medida".
- IV. Publicidad en plataformas web propias. Esta propuesta está basada en diferentes tipologías de publicidad: vídeos, formatos gráficos de alta demanda y Rich Media. En relación con esta última, el licitador aporta un compromiso de la empresa Smartclip Hispania, S.L. en el que se expresa su predisposición a una futura contratación para la realización de actividades de comercialización publicitaria.
- V. Publicidad HBBTV. El modelo comercial propuesto se nutre de campañas tradicionales y campañas exclusivamente digitales.
- VI. Outbrain. Según la propuesta se plantea su uso a través de módulos de recomendación de contenidos cuando el usuario llega al final de una noticia, que generan valor por la redirección interna del tráfico y por el acceso a otras páginas web recomendadas.
- VII. Publicidad en YouTube. El licitador expone la intención de comercializar la presencia en YouTube de 7 TV con la empresa Viewin, que según manifiesta forma parte del Grupo Secuoya, y posee licencia otorgada por YouTube-Google, para realizar tal comercialización. El modelo comercial se basa en el reparto de los ingresos directos a partes iguales entre la plataforma que distribuye el contenido y el generador.
- VIII. Monetización en Twitter. El modelo comercial plantea dos vertientes: monetización mediante video y monetización que apoya las acciones de Branded Content. Se plantea la herramienta de audience extensión digital, que permite multiplicar el valor de las acciones de Branded Content en la web.
- IX. Monetización en Facebook. Los ingresos se producen por dos vías: venta directa de anuncios por la plataforma e ingresos por paquetización con otros activos digitales.
- X. Monetización en Instagram. A través del uso de Stories.
- XI. Monetización *Podcast*. Comercialmente se plantea esta acción como una de las sinergias con la emisora Onda Regional.
- XII. Banco de imágenes digital. Posibilidad de dar una segunda vida a los contenidos audiovisuales a través de agencias de stock. Genera el derecho de uso, en ningún caso la propiedad.





- XIII. Acciones especiales a partir de eventos. Identificación de eventos regionales de interés comercial publicitario sin colisión con el servicio público y desarrollar acciones concretas para los posibles anunciantes.
- XIV. Acciones especiales por acuerdos de comunicación y difusión de contenidos. A través de convenios con instituciones, organizaciones, ayuntamientos o empresas, que permitan promover la Región y sus valores sociales y económicos, así como atraer inversiones.
- XV. Eventos en entornos virtuales. Comercialización en modo pack completo como producto llave en mano, incorporando escenario 3D, retransmisión en directo o falso directo y asistencia de público en remoto con interacción.
- XVI. Eventos en instalaciones destinadas al efecto. Realización de eventos similares a foros o encuentros sociales en las nuevas instalaciones de la televisión regional planteada en la oferta. Su explotación comercial es similar a las acciones especiales a partir de eventos.
- XVII. Media for Equity. El prestador de servicios audiovisuales obtiene una participación en el capital del anunciante a cambio de publicidad. Permite el desarrollo de ideas de negocios de jóvenes emprendedores.
- XVIII. Media for Venture Debt. El prestador de servicios audiovisuales genera un crédito contra el anunciante derivado de la financiación de la publicidad. Este crédito a elección del anunciante se podrá pagar o capitalizar en forma de equity del anunciante.
- XIX. Media for Back-end. En este caso, el prestador de servicios audiovisuales participa en promoción y publicidad de obras audiovisuales, generándose un crédito contra los derechos de la obra promocionada que se capitalizan mediante la conversión en un porcentaje de los derechos de explotación de la obra.
- XX. Modelos de valor a través de Agrupaciones de Interés Económico. La propuesta analiza extensamente este modelo de valor, y lo complementa con una presentación de la consultora Andersen Tax and Legal con las claves de la financiación de obras audiovisuales a través de inversión en estas agrupaciones. Asimismo, incluye un resumen ejecutivo del Plan de negocio para los diferentes proyectos previstos en este modelo y aporta un documento suscrito por la consultora citada, que manifiesta que el Plan financiero propuesto por el licitador para los proyectos acogidos a este modelo de valor se ajusta a criterios de razonabilidad y que ha sido contratada por el licitador para la prestación de asesoramiento en la captación de capital privado para este tipo de proyectos. Además, en la propuesta figura otro documento suscrito con la mercantil Dunas Film Investments 1, S.L.U., acreditativo del interés en analizar la financiación/inversión en proyectos audiovisuales que el licitador pudiera desarrollar en la Región de Murcia, sin que se establezca compromiso o garantía de inversión en los mismos.
- XXI. Modelos de valor a través de Tax Rebate. La propuesta expone claramente el modelo de valor y avala su verosimilitud en función de la larga trayectoria de este modelo en el seno del Grupo Secuoya, que a través de su división Secuoya Studios está especializada en la prestación de servicios de producción a productoras internacionales. Asimismo, la





propuesta incluye un acuerdo entre el licitador y la Asociación Española de Comisionados de filmaciones, Cine y Televisión, para el establecimiento de líneas de colaboración y cooperación conjunta para promocionar, empresas, profesionales y localidades de la Región de Murcia como enclave atractivo para las producciones audiovisuales, sin que figuren compromisos concretos.

- XXII. Modelos de valor a través de mecenazgo. Las entidades beneficiarias patrocinan o encargan de forma directa junto con la televisión regional aquellos programas promocionales objeto de bonificación, según la Disposición Adicional 71ª y ss. de la Ley 6/2018 de PGE 2018.
- XXIII. Distribución de contenido con compromiso. El sistema se materializará a través de la suscripción de un acuerdo con una mercantil, donde se regulará un derecho de distribución sobre los programas de producción propia de 7 TV, que conllevará una contraprestación mínima garantizada anualmente y una retribución variable al 50% de los ingresos netos, una vez superado el importe mínimo garantizado. El licitador aporta acuerdo con la empresa Secuoya Contenidos, S.L.U., por el que se expresa el compromiso de la mercantil de adquirir una opción para la comercialización y distribución de los contenidos producidos por el licitador para 7 TV, en las condiciones citadas anteriormente. El licitador se compromete a destinar el 50% del variable por distribución al Programa FASARM (Fondo de apoyo al sector audiovisual de la Región de Murcia).
- XXIV. Venta de imágenes de actualidad. La televisión regional funcionaría como una agencia de noticias regional en cuanto a captación de contenido de actualidad, que comercializaría a través de la compañía Wikono, especializada en la distribución de contenidos de actualidad para televisiones de todo el mundo.

Los ingresos totales planteados por el licitador a título ilustrativo oscilarían entre los 2,4 millones de euros en la primera anualidad del contrato y los 3,2 millones de euros en la última anualidad.

Las fuentes de ingresos adicionales expuestas por el licitador presentan una estructuración muy adecuada, conteniendo una amplia definición y las fórmulas utilizadas para la comercialización del modelo de negocio. La estructura de las fuentes de ingresos que propone el licitador es cuantitativamente superior al resto de las propuestas, y presenta un mayor nivel de detalle. Además, incluye elementos innovadores como son los instrumentos Media for Equity, Media for Venture Debt, Media for Back-end, y el modelo de valor añadido a través de Tax Rebate.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se concluye que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, relativo a la metodología empleada, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 3 puntos**.





c. **Propuesta relativa a la empresa NOW**

*[Fuentes de ingresos adicionales]*

La propuesta del licitador parte de la descripción del sector audiovisual a nivel nacional, con expresión de las cifras de negocio y de inversión en el mercado publicitario en los años 2017, 2018 y 2019.

Dentro de los medios controlados, la mayor inversión publicitaria corresponde al medio Digital con el 38,6%, seguido de Televisión (33,7%) y Radio (8,2%). En el caso de medios estimados, destacan Merchandising, señalización y rótulos (24,4%), Mailing personalizado (24,0%) y Marketing telefónico (22,0%).

Dentro de la categoría Televisión, la inversión publicitaria corresponde mayoritariamente a las TV nacionales en abierto (principalmente Mediaset y Atresmedia), seguido de Canales de pago, con el siguiente porcentaje de participación en el mercado de la publicidad:

- Tv nacionales en abierto: 90,0%
- TV autonómicas: 4,5%
- TV canales de pago: 5,4%
- TV locales: 0,1%

Asimismo, contiene una breve reseña a la producción de contenidos, en el que se destaca el incremento de la producción española, centrada fundamentalmente en series de ficción, mostrando para las principales cadenas de televisión en abierto a nivel nacional, las cinco principales productoras nacionales de su parrilla y una clasificación de las veinte primeras productoras por número de horas emitidas.

La propuesta incorpora un breve análisis DAFO del sector audiovisual, en gran parte coincidente con el presentado en el apartado 'Análisis de la TDT en España'.

Por otro lado, se muestra, para el ejercicio 2019, una clasificación de las veinte principales empresas por inversión publicitaria a nivel nacional y otra por sectores de pertenencia de la inversión.

Dentro del epígrafe Plan Comercial, la propuesta expone brevemente que la principal fuente de ingreso en TV corresponde a la publicidad y muestra algunos datos de audiencia de 7TV Región de Murcia. Añade que la comercialización de la publicidad se gestionará a través de la empresa Blue Media, perteneciente al Grupo Henneo. El Plan comercial también contempla los ingresos procedentes de las plataformas OTT y de la interacción de dispositivos móviles. Las nuevas tecnologías han alargado el ciclo de consumo de los productos audiovisuales, de modo que, tras su emisión en televisión, los contenidos pueden seguir visualizándose en otras plataformas como la web, la televisión conectada o YouTube. Para la comercialización de estas plataformas, el licitador plantea basarse en soportes como Hitsbook e Hispanopost. La oferta incluye generalidades relativas a las plataformas web, SMS y servicios Premium, así como sobre la distribución de contenidos y sobre el posicionamiento del producto. Siguiendo la línea de las generalidades que caracteriza la descripción del criterio, se expone una relación de diferentes medios de comunicación que conformarán la competencia de 7TV Región de Murcia en el





mercado publicitario nacional, regional y local, clasificados en cinco ámbitos: transmedia, Internet, TV convencional, radio y prensa.

En el ámbito estatal, se expone la clasificación de las diez primeras empresas por inversión en publicidad en el ejercicio 2019. En el ámbito regional, se muestra una relación de empresas con presencia en radio e internet, clasificadas por sectores de actividad.

Se marcan como objetivos del Plan Comercial:

- Mantenimiento de la actual cartera de 7TV.
- Incorporación de nuevos anunciantes en todos los segmentos y medios de la cadena.
- Reforzar e incorporar nuevos anunciantes con gestión compartida Forta y 7TV.
- Captación de anunciantes de otros medios.
- Branded content.

Mediante un gráfico muestra la previsión de audiencia de 7TV Región de Murcia con incrementos anuales sostenidos hasta alcanzar el 6,7% en el año 2025, basado en:

- Calidad de la información.
- Implementación del entretenimiento.
- Televisión de proximidad.
- Concepto de TV Transmedia con participación directa del espectador.

Muestra las tarifas de publicidad en televisión nacional y autonómica por rango diario y horario.

Por último, la propuesta agrupa en cinco bloques los diferentes conceptos que conformarán las fuentes de ingresos por publicidad, tal y como se indica a continuación:

- Publicidad convencional.
- Nuevas iniciativas de comunicación.
- Branded Content / Web / YouTube / HBBTV
- Derechos de producción propia de contenidos.
- OTT's News. Contenidos.

Contempla dentro del Plan Comercial tarifas para módulos especiales de descuentos, patrocinios, caretas e iniciativas especiales, así como una reserva de hasta 5 minutos por hora en las franjas de servicio público destinado a anuncios y mensajes de comunicación oficial de la Administración Regional de la CARM.

A continuación, se muestra la cuantificación anual de los ingresos estimados, sin realizar ningún tipo de análisis que de soporte a los datos expuestos. Se apunta que un 65% del total de ingresos corresponde a Publicidad, dándose más detalle en el criterio del Plan de Negocio.

En concreto, considerando las anualidades completas existentes en la oferta, se estiman unos ingresos de 1.200.000 euros en el ejercicio 2022, con incrementos sostenidos entre el 11,1% y 16,7% hasta alcanzar los 1.750.000 euros en 2025.





Contempla un retorno del 5% sobre ingresos publicitarios para acciones promocionales de instituciones o cadenas de servicio público audiovisual regional.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se deduce que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 2 puntos**.

d. **Propuesta relativa a la empresa PROMECAL**  
*[Fuentes de ingresos adicionales]*

La propuesta del licitador para el presente criterio de adjudicación afirma que los nuevos medios de acceso que desarrollarán darán un servicio a la ciudadanía y transmitirán una imagen de modernidad a la cadena, pero no van a generar ingresos adicionales reseñables, pues ello precisaría millones de usuarios, cifra imposible en el ámbito regional. La experiencia del licitador en la gestión de proyectos audiovisuales de carácter autonómico le ha llevado a desarrollar dos fuentes de ingresos adicionales que aportan beneficios y ayudan a mejorar la calidad de la programación:

- Promoción de eventos, premios, conciertos, carreras populares y competiciones deportivas de distinta índole.
- Venta de programas a otras televisiones.

En materia de Promoción de eventos, la oferta describe muy brevemente las ventajas de la promoción desde un medio de comunicación:

- Dinamizador de la vida social, cultural o deportiva.
- Garantiza en muchas ocasiones el éxito del evento y favorece el acuerdo con patrocinadores que repiten en años sucesivos por el nivel de impacto en asistentes y telespectadores.
- Los eventos mejoran la programación y ayudan en la captación de clientes.

Ofrece una estimación prudente de los ingresos, a partir de la realización de doce eventos el primer año y veinte a partir del segundo año, principalmente en Murcia, Cartagena y Lorca, ciudades con mayor población. Ello elevaría los ingresos, una vez descontados los gastos de ejecución, a 150.000 euros para el ejercicio 2022, que se incrementarán de forma sostenida hasta alcanzar 180.000 euros en el ejercicio 2025.

En el caso de los ingresos por Venta de programas, la oferta propone un plató de programas de 400 m<sup>2</sup> de superficie con espacio reservado para posible crecimiento, ya que, según el licitador, la Región de Murcia, por sus características, tiene un gran potencial para el desarrollo del sector de la producción de calidad para un mercado nacional e internacional, con un gran número de operadores que demanda contenidos producidos con costes razonables. Además, se indica que la venta de programación a otras televisiones aporta un doble beneficio: ingresos





extras y la mejora del propio programa al disponer de más recursos para su producción. La estimación de los ingresos previstos por este concepto se cifra en una cantidad fija de 120.000 euros, para cada una de las anualidades del periodo comprendido entre los ejercicios 2022-2025.

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Promoción de eventos	100.000	150.000	160.000	175.000	180.000	50.000
Venta de programas	90.000	120.000	120.000	120.000	120.000	30.000
<b>Ingresos adicionales</b>	<b>190.000</b>	<b>270.000</b>	<b>280.000</b>	<b>295.000</b>	<b>300.000</b>	<b>80.000</b>

A los anteriores ingresos, la oferta añade los ingresos por publicidad, cuya cuantificación se encuentra en el apartado correspondiente a la coherencia e idoneidad del Plan de negocio. En este caso, las previsiones oscilan entre 1.272.852 euros en 2022 y 1.344.692 euros en 2025.

La propuesta no analiza ni menciona los ingresos por publicidad ni las actuaciones a desarrollar para su generación, si bien a la vista de la Cuenta de Resultados del criterio 'Coherencia e idoneidad del Plan de Negocio' representan el 82,32% de los ingresos adicionales a la compensación por prestación del servicio público.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se deduce que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1 punto**.

**e. Propuesta relativa a la empresa TCERO**

*[Fuentes de ingresos adicionales]*

La propuesta del licitador para conseguir ingresos adicionales a la compensación por la prestación del servicio público está basada en cuatro líneas de trabajo:

1.- Para las acciones publicitarias, el licitador propone el siguiente desglose, donde se exponen las acciones con menor grado de concreción que otras propuestas presentadas:

- Publicidad convencional nacional. Incluye los ingresos procedentes de spots y telepromociones incluidos en la emisión de TDT procedentes principalmente del acuerdo con FORTA y del share de la cadena.
- Publicidad convencional regional. Para lograr que 7TV sea referente de los anunciantes locales se plantean tres tipos de acciones: acciones directas del departamento comercial, utilización de agencias especializadas y venta automatizada.
- Publicidad especial. Incluye telepromociones, patrocinios, product placement, morphing, sobreimpresiones, cortes cualitativos, y brand content.





- Publicidad digital. Incluye publicidad en web, redes sociales y HBBTV.
- Comercialización de franjas no comerciales. Incluye teletienda, juegos nocturnos con participación telefónica o programas de psicología, que se emiten en la franja horaria comprendida entre la 01:00 y las 05:30 horas.

2.- En relación con las ventas de contenidos propios, se pretende comercializar contenidos de producción propia realizados en la Región de Murcia para 7TV, especialmente contenidos de ficción (miniseries, documentales, series, películas). Para la comercialización externa, el licitador aporta un acuerdo de colaboración con la empresa Media Solutions Partners, S.L. (MSP), que no establece actuaciones concretas de comercialización.

3.- En el apartado relativo al alquiler de otros materiales e instalaciones, la propuesta pone de manifiesto que las instalaciones del licitador disponen de salas o espacios para la coproducción/producción ajena y de instalaciones de exterior donde se podrían llegar a producir contenidos de ficción, localizar platós al aire libre, así como unidades móviles equipadas con cámaras UHD y material técnico en servicio de alquiler. Adicionalmente propone el alquiler para profesionales de cuatro aulas de formación, zona de cafetería, zona de parking y zona infantil para ludoteca.

4.- En el apartado de otras iniciativas, la propuesta incluye la edición y venta de publicaciones generadas a partir de contenido propio, que se concretará en libros especializados por temáticas (opinión, deportes, cocina,...), que contarán con una versión electrónica para su difusión y/o venta a través de la web de 7TV. Dentro de otras iniciativas, el licitador también incluye, en el ámbito del retorno de las entidades de gestión, la creación de una editora musical, de tal forma que el canal pueda emitir música totalmente murciana, proponiendo que los derechos generados por la comunicación pública de estos contenidos, tenga un retorno para sus autores y la propia editora. En esta línea, plantea la inserción en determinadas franjas horarias de repertorios musicales conformados por música de origen totalmente murciano.

Por último, la propuesta incluye una previsión de ingresos alternativos a la financiación pública, que para el conjunto de la duración del contrato se muestra mediante gráficos de barras. Según se pone de manifiesto en la propuesta, que inicialmente en torno al 78% de los ingresos son derivados de acciones publicitarias, siendo la publicidad TV convencional regional la partida más importante con un 39%, seguida de la publicidad TV convencional nacional con un 32%. Los alquileres representarían un 13% del total de ingresos previstos y a las acciones publicitarias especiales se les asigna un porcentaje del 9%. Los ingresos totales planteados oscilarían entre los 1,6 millones de euros en la primera anualidad del contrato y los 2,5 millones de euros en la última anualidad. La previsión para el primer año presenta el siguiente desglose:





Ingresos Publicidad  1.292.210,04 €	TV Convencional Nacional  511.195,86 €	Ingresos de fuentes alternativas a Publicidad  264.000,00 €	Venta Contenidos propios  17.500,00 €
	TV Convencional Local  617.700,83 €		Alquileres  215.000,00 €
	TV Especial  125.185,75 €		Venta Publicaciones  1.500,00 €
	Digital  38.127,60 €		Retorno Entidades de Gestión  30.000,00 €

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, que los ingresos complementarios a la publicidad se limita a cuatro fuentes que representan una quinta parte del total de ingresos adicionales, se determina que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 2 puntos**.

En la tabla adjunta se compara la propuesta de cada licitador para este criterio de fuentes de ingresos adicionales, además de las cuantías previstas en el Estudio de Viabilidad Económico Financiera de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, referidas todas ellas a los cinco años de duración total del contrato.

Ingresos Adicionales - Estudio Viabilidad EF CARM y Ofertas

	CARM	UTE BAINET	CBM	NOW	PROMEAL	TCERO
Ingresos por Publicidad	6.188.514	6.500.000	9.184.526	7.150.000	6.587.120	8.698.063
Otros Ingresos	148.470	9.128.443	5.304.808	920.000	1.415.000	1.818.218
<b>Total Ingresos</b>	<b>6.336.984</b>	<b>15.628.443</b>	<b>14.489.334</b>	<b>8.070.000</b>	<b>8.002.120</b>	<b>10.516.281</b>

Observaciones:

- UTE BAINET: Otros Ingresos sin valorar en el presente criterio.
- PROMECAL: Ingresos por Publicidad sin valorar en el presente criterio.





### 6.1.3. Coherencia e idoneidad del Plan de negocio (hasta 8 puntos)

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones: *“Se valorará la coherencia e idoneidad del plan de negocio entre gastos (programación y contenidos, personal, explotación y amortizaciones del inmovilizado) y los ingresos (compensación por la programación de servicio público, publicidad y otros) en relación con la oferta presentada. El estudio de viabilidad económico-financiera, incluido en el plan de negocio, deberá realizarse sobre el presupuesto base de licitación.*

*Se deberá presentar un Plan de Negocio que contenga un estudio de mercado que incluya fuentes de ingresos y cuantificación de los gastos de inversión, fijos de funcionamiento, de personal, de producción, compras o acuerdos de programación, etc.*

*Análisis de mercado. Estrategia publicitaria:*

- Competencia.
- Potenciales clientes (publicidad).
- Audiencia potencial.
- Previsiones de futuro.
- Cualquier otro aspecto relacionado con la estrategia comercial que se considere oportuno mencionar.

*Estudio de viabilidad económico-financiera que abarque el periodo concesional con:*

- Plan de inversiones para la puesta en marcha de la emisora.
- Plan de financiación: recursos propios y ajenos.
- Previsión de ingresos y previsión de gastos--> Plan de Tesorería.
- Balances/Cuenta de resultados.
- Análisis económicos varios...”

#### a) **Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET** *[Coherencia e idoneidad del Plan de negocio]*

La propuesta del licitador para el presente criterio de adjudicación omite la parte correspondiente al Análisis de mercado y estrategia publicitaria, entrando a detallar directamente los recursos propios y ajenos y las inversiones.

El licitador propone un Plan de Inversiones en el que la totalidad del equipamiento técnico necesario para el desarrollo de la actividad, incluyendo todo el equipamiento del centro de producción principal, unidades móviles, ‘DSNG’, etcétera, será aportado sin cargo por tres de los socios de la UTE, y será recuperado a la finalización del contrato. Uno de los socios se encargará del montaje, instalación y posterior mantenimiento de todos los equipos, por lo que no hay prevista ninguna inversión anual relativa al mantenimiento y mejora de los medios técnicos. Asimismo, otro de los socios aportará, también sin cargo, uno de los centros de producción secundarios ubicado en Molina de Segura completamente equipado y preparado para la producción de programas diferentes a los informativos. Según se especifica en la propuesta, la





única compensación que recibirán los socios por la cesión de equipos e instalaciones será la procedente del reparto de beneficios. No obstante, tal y como recoge el Plan, no se prevé una distribución anual de dividendos, sino que los beneficios se incorporarán a Reservas, susceptibles de reparto al término de la concesión.

El centro de producción principal, que estará ubicado en un edificio de seis plantas y contará con una superficie de tres mil metros cuadrados, será alquilado por un periodo de cinco años, debiendo ser acondicionado para el uso requerido por el arrendador, cifrándose el coste mensual del alquiler en 15.000 euros más IVA.

La propuesta no contempla inversión inicial para la programación de producción propia, al estar prevista una facturación trimestral con las productoras, lo que supondrá que el inicio de los primeros pagos se producirá a partir del cuarto mes desde el inicio de la ejecución del contrato.

El conjunto de recursos propios aportados por los socios se valora en un total de 3.940.000 euros, en concepto de Equipamiento, TV e instalaciones, sin que se aporte ningún tipo de información adicional al respecto.

En cuanto a la financiación ajena, el licitador contempla la solicitud de un préstamo bancario por un importe de 5.000.000 euros, aportando como prueba de la capacidad de obtención de recursos financieros ajenos, un certificado emitido por Cajamar Caja Rural, donde se expresa que la citada entidad aportará el apoyo financiero, siempre y cuando se cumpla con la normativa y parámetros establecidos para la concesión de operaciones de riesgo, presentando un grado de concreción inferior al de otras ofertas. El préstamo bancario se prevé devolver en el plazo de 5 años, con las siguientes cuotas de principal e intereses:

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Gastos Financieros	140.879,34	155.198,11	116.502,06	76.229,48	34.316,14	1.831,47
Devolución Préstamo	687.864,15	949.793,21	988.489,26	1.028.761,84	1.070.675,18	0,00
<b>Total</b>	<b>828.743,49</b>	<b>1.104.991,32</b>	<b>1.104.991,32</b>	<b>1.104.991,32</b>	<b>1.104.991,32</b>	<b>1.831,47</b>

Comparado con el resto de ofertas, presenta el segundo menor ratio Recursos Propios/ Recursos ajenos con el 44,08%; en definitiva más de la mitad de las inversiones y de la explotación de la actividad se financian con recursos ajenos.

Los datos relativos al estudio de viabilidad económico-financiera no están estructurados por años naturales de duración del contrato, lo que contradice la interpretación dada al respecto por el órgano de contratación, dificultando la evaluación comparativa.

Por lo que respecta a la previsión de Ingresos y Gastos se comprueba el cumplimiento de las siguientes condiciones:

- Los ingresos por compensación de servicio público se ajustan a los importes del Pliego (12.809.917,36 euros sin IVA para anualidades completas).
- Se destina un 25% de estos ingresos a encargos de producción independiente (3.202.479,34 euros anuales).
- Se destina un 6% de los ingresos totales a la financiación de obras europeas.
- Los gastos de personal se incrementan un 1,75% anual durante los cinco años.





La previsión global de ingresos que plantea el licitador, al margen de la compensación por la prestación del servicio público y teniendo en cuenta únicamente los ejercicios completos, oscila entre los 2.629.120 euros para el ejercicio 2022 y 3.823.502,08 euros para el ejercicio 2025, procedente de las siguientes fuentes:

- Publicidad en TDT.
- Publicidad en web.
- Venta de producción propia.
- Agencia de noticias.
- Alquiler de unidades móviles.
- Programa 'Cima del éxito'.
- Programa infantil.
- HBBTV: Clic/Alquiler canales/Hoteles.

Mientras que la fuente de ingresos 'Publicidad en TDT' mantiene durante los cinco años un importe constante de 1.300.000 euros para los ejercicios completos, el resto de fuentes se incrementan al 20% anual, con excepción de 'HBBTV Hoteles' que presenta crecimientos interanuales entre el 50% y el 25%.

La siguiente tabla recoge la comparativa entre el Estudio de Viabilidad Económico-Financiera y la oferta del licitador por grandes agrupaciones de ingresos.

**Previsión de Ingresos - Estudio Viabilidad EF CARM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Prestación de Servicios	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917
Ingresos por Publicidad	1.302.822	1.275.280	1.247.097	1.207.066	1.156.249
Otros Ingresos	29.694	29.694	29.694	29.694	29.694
<b>Total Ingresos</b>	<b>14.142.433</b>	<b>14.114.891</b>	<b>14.086.708</b>	<b>14.046.677</b>	<b>13.995.860</b>

**Previsión de Ingresos - UTE BAINET**

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Prestación de Servicios	8.539.945	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917	4.269.972
Ingresos por Publicidad	975.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	325.000
Otros Ingresos	757.260	1.329.120	1.683.072	2.078.438	2.523.502	757.051
<b>Total Ingresos</b>	<b>10.272.205</b>	<b>15.439.037</b>	<b>15.792.989</b>	<b>16.188.355</b>	<b>16.633.419</b>	<b>5.352.023</b>

Las mayores diferencias se observan en la categoría de 'Otros Ingresos' que comprende todos los ingresos al margen de la Prestación de Servicio excepto 'Publicidad en TDT'.

Las previsiones de ingresos del licitador son idénticas en las categorías 'Venta de producción propia' y 'Alquiler de unidades móviles', con unos importes de 72.000 euros por categoría para el primer año y una cifra final de 124.416 euros para el último año completo, tras un incremento interanual del 20%.

Situación similar se produce con los conceptos 'Agencia de noticias regional', 'Programa infantil' y 'HBBTV Canales' con unas cifras iniciales de 60.480 euros por concepto y año completo y una

23/11/2021 11:42:29 MAS FERRER, JUAN ANTONIO OLIVA BERNAL, ALEJANDRO MARTINEZ LOZANO MARTINEZ, FRANCISCO

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y los fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-611c060-44a-4681-8382-00505946280





cifra final de 104.509,44 euros por concepto, con incrementos del 20%. Los ingresos ‘HBBTV Clics’ y ‘HBBTV Hoteles’ presentan unas cifras que si bien son calificadas en la oferta de “modestas” se antojan excesivamente optimistas, tanto en sus cifras iniciales como en su crecimiento interanual, del 20% en el primer caso y ente el 25-50% en la categoría de Hoteles.

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos HBBTV Clics	106.200	169.920	203.904	244.685	293.622	88.087
Ingresos HBBTV Hoteles	110.160	293.760	440.640	587.520	734.400	220.320
<b>Subtotal</b>	<b>216.360</b>	<b>463.680</b>	<b>644.544</b>	<b>832.205</b>	<b>1.028.022</b>	<b>308.407</b>

Con estas previsiones, los ingresos de HBBTV Clics y Hoteles en el año 2025 (1.028.022 euros) representan el 79,10% de los ‘Ingresos por Publicidad TDT’ (1.300.000 euros).

La previsión global de gastos, teniendo en cuenta únicamente los ejercicios completos, oscila entre 9.2087.358 para el ejercicio 2022 y 9.481.571 euros para el ejercicio 2025, presentando un incremento sostenido en los ejercicios intermedios.

Entre los gastos cabe destacar los que figuran en la tabla denominada ‘Previsión compras 7 TV’, que incluye tres categorías de gastos:

- ‘Encargos de producción’ destinada a la producción independiente por el 25% del importe según Pliego de la compensación económica para el cumplimiento de las obligaciones de servicio público.
- ‘Financiación europea’ por el 6% de Ingresos Totales, con unas cifras crecientes, según la evolución de los Ingresos, por encima del Estudio de Viabilidad entre el 9,17% en el primer ejercicio completo y el 18,42% en el último año.
- ‘Otros’ categoría que agrupa los gastos por Derechos de cine, Agencias de noticias y otros aprovisionamientos, con un importe constante de 319.200 euros.

Las cifras de gasto propuestas en el Plan de Negocio comparadas con el Estudio de Viabilidad EF CARM son inferiores en el primer año completo en 2.124.352 euros (-32,32%), elevándose estas diferencias en el último año a 2.455.204 euros (-35,20%). En la previsión de gastos no se observa que se hayan incluido los relativos al traspaso del material desde el archivo audiovisual.

**Previsión de Gasto - Estudio Viabilidad EF CARM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Trabajos realizados por otras empresas	5.723.827	5.823.994	5.925.914	6.029.617	6.135.136
Financiación Europea	848.546	846.893	845.202	842.801	839.752
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>6.572.373</b>	<b>6.670.887</b>	<b>6.771.116</b>	<b>6.872.418</b>	<b>6.974.888</b>





**Previsión Gastos - UTE BAINET**

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Encargos de Producción	2.134.986	3.202.479	3.202.479	3.202.479	3.202.479	1.067.493
Otros (Derechos Cine, Agencias Noticias, Otros Gastos)	239.400	319.200	319.200	319.200	319.200	79.800
Financiación Europea	616.332	926.342	947.579	971.301	998.005	321.121
<b>Total Aprovisionamientos</b>	<b>2.990.719</b>	<b>4.448.021</b>	<b>4.469.258</b>	<b>4.492.980</b>	<b>4.519.684</b>	<b>1.468.414</b>

Los Gastos de Personal cumplen con el incremento de los salarios existentes del 12% en el año inicial del concurso, con subidas posteriores del 1,75% anual. Las cifras del licitador coinciden en su conjunto con el Estudio de Viabilidad EF CARM. Al mismo tiempo son las cifras más bajas comparadas con el resto de ofertas, concretamente un 19,21% respecto a la media de Gastos de Personal.

**Previsión de Gasto - Estudio Viabilidad EF CARM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	2.514.676	2.558.683	2.603.460	2.649.021	2.695.378
Cargas Sociales	751.134	764.279	777.654	791.262	805.110
<b>Total Gastos Personal</b>	<b>3.265.810</b>	<b>3.322.962</b>	<b>3.381.114</b>	<b>3.440.283</b>	<b>3.500.488</b>

**Previsión Gastos - UTE BAINET**

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Sueldos y Salarios	1.877.940	2.547.739	2.592.324	2.637.690	2.683.849	682.704
Seguridad Social	560.753	760.755	774.068	787.614	801.397	203.855
<b>Total Gastos Personal</b>	<b>2.438.693</b>	<b>3.308.493</b>	<b>3.366.392</b>	<b>3.425.304</b>	<b>3.485.247</b>	<b>886.560</b>

Los gastos correspondientes a Servicios Exteriores son un 58% inferior al Estudio de Viabilidad EF CARM.

**Previsión de Gasto - Estudio Viabilidad EF CARM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Exteriores	1.553.346	1.580.530	1.608.189	1.636.333	1.664.968

**Previsión Gastos - UTE BAINET**

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Servicios Exteriores	490.905	662.844	671.294	679.892	688.640	174,85,30

La previsión total en este caso incluye:

- 180.000 euros anuales en concepto de alquiler del edificio destinado a local principal, sin incrementos en concepto de IPC.
- 82.356 euros en el primer ejercicio completo (año 2022) en concepto de alquiler de elementos de transportes, seguros, suministros, etc, con un incremento anual del 1,75%.
- 400.488 euros en el año 2022 destinado a "Adaptación visual y auditiva y otros", que evoluciona al 1,75%.





La propuesta incluye Balance de Situación, Cuenta de Resultados y Plan de Tesorería, si bien no se explicitan las hipótesis generales de elaboración de los estados financieros.

En la Cuenta de Resultados se observan unas cifras de EBITDA y Resultado positivas desde el primer ejercicio, con un Margen Neto del 29,51% para el ejercicio 2022 y el 32,09% para el ejercicio 2025.

El Resultado acumulado de los 5 años se eleva a 24.409.009 euros, quintuplicando la media de Resultados acumulados de las restantes cuatro ofertas.

El Plan de Tesorería arroja cifras de Cash Flow positivas desde el primer ejercicio con valores de 7.843.314 euros en 2022 y 22.065.314 euros en 2025. En línea con las cifras anteriores, la propuesta calcula una TIR del 108,00% para una tasa de descuento del 7,00%, muy alejada de las cifras de TIR del 6,5% – 7,5% del Estudio de Viabilidad.

Además del escenario analizado, la propuesta incluye dos escenarios adicionales, uno de ellos con mayores ingresos publicitarios y otro con menores ingresos publicitarios, reduciendo en ambos casos la compensación económica al 95% e incrementando, en ambos casos, hasta el 40% el porcentaje de la compensación económica destinado a la financiación de la producción independiente. En ambos casos la TIR se sitúa entre el 73,62% y el 75,08%.

En resumen, la presente propuesta no incluye el análisis de mercado y estrategia publicitaria. Si bien aporta todos los estados financieros indicados en el Pliego, presenta unas cifras de ingresos en el apartado de Otros Ingresos (9.128.443 euros) un 72% por encima de la segunda oferta más elevada en este concepto (5.304.808 euros) y un 502% respecto a la tercera (1.818.218 euros), sin una adecuada justificación. En materia de gastos, la cifra total es la inferior a todas las ofertas presentadas (47.132.684 euros), sin adecuada justificación. Todo ello lleva a unos Resultados y Cash Flow desproporcionados respecto al resto de ofertas.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 2 puntos**.

**b) Propuesta relativa a la empresa CBM**  
*[Coherencia e idoneidad del Plan de negocio]*

La propuesta del licitador para el presente criterio de adjudicación se inicia con un apartado denominado 'Análisis de mercado. Estrategia publicitaria', que describe inicialmente la situación general del mercado publicitario para exponer a continuación el análisis del mercado en España y en la Región de Murcia, sobre la base del Informe 'Media Overview 2019' de la agencia Ymedia Bizeum. Este informe destaca que la inversión en medios digitales supera por primera vez a la televisión, tendencia que se mantendrá en los próximos años.





El análisis del mercado de la televisión en España expone que la inversión real estimada en la televisión nacional en abierto sufrió en 2019 un descenso del 5,9%, con relación al año anterior y que el descenso en las televisiones autonómicas fue más acusado alcanzando el 12,6%. El estudio pone de manifiesto que las televisiones autonómicas se han visto perjudicadas por una aproximación comercial inadecuada al mercado publicitario a través de FORTA Comercial, que desde hace tiempo no constituye una alternativa como canal único frente a los principales grupos que operan en el sector Mediaset, Atresmedia o Pulsa, a pesar de representar en audiencia un 8%, apuntando la posibilidad de que el nuevo enfoque comercial de FORTA a través de NewixMedia, mejore el power ratio de las televisiones autonómicas. Si bien las televisiones autonómicas presentan un 8,7% de share, no llegan a concentrar ni el 5% de inversión publicitaria. Asimismo, se plantea estudiar una estrategia comercial única entre 7TV, como elemento de tracción por audiencia relevante en la Región de Murcia, y diferentes televisiones locales del territorio regional, quedando esta estrategia comercial enmarcada dentro de los vectores estratégicos de vertebración y desarrollo de la industria regional.

El valor del mercado publicitario global en la Región de Murcia se estima en torno a los 18 millones de euros, suponiendo la inversión publicitaria en televisión un 8% del total. De este modo se pone de manifiesto la existencia de una oportunidad para el crecimiento de la publicidad en la televisión.

El análisis del mercado también incluye información sobre la distribución de la inversión publicitaria por sectores y por medios en España y a nivel autonómico, para el ejercicio 2019, así como información sobre la ocupación publicitaria de las televisiones autonómicas. Por otro lado, se indica que el número total de anunciantes con presencia publicitaria en el ejercicio 2019 en la Región de Murcia es de 2.010, destacando la alta concentración existente, de tal forma que 60 anunciantes suponen más del 50% de la inversión.

A continuación se abordan dos factores de relevancia para el contexto de la prestación del servicio con impacto directo en la elaboración de la oferta comercial de publicidad, como son el impacto de la COVID-19 y la próxima modificación de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, que requerirá la adaptación de la herramienta de software de gestión comercial, para lo que se aporta un compromiso con la empresa Evendor Engineering, S.L., para su actuación como proveedor del sistema de gestión comercial.

En relación con la estrategia publicitaria, se proyectan una serie de hitos que de modo esquemático se indican a continuación:

- Maximizar la ocupación publicitaria.
- Reforzar vínculos y acuerdos con los principales anunciantes en la Región de Murcia.
- Explotación de acontecimientos regionales retransmitidos en directo o diferido (deportivos, festivos, etc.). Para la prestación de este servicio el licitador aporta sendos compromisos con las empresas Promociones Paraíso de Murcia, S.L. y Soyca Medios Publicitarios, S.L.
- Realización de eventos, foros y encuentros.
- Crecimiento en grandes acuerdos comerciales/reputacionales estables con anunciantes privados e instituciones públicas.





- Captación de anunciantes de la Región de Murcia que hasta el momento no han invertido en 7 TV Región de Murcia.
- 7 TV como exclusivista de otros medios. Pauta única 7 TV / Exclusivista comercializador de no identificados.

En este hito, el licitador aporta dos posibilidades de comercialización de publicidad: i) creación de un paquete publicitario basado en una pauta única, comercializado por la televisión autonómica, que requiere coordinación de parrillas y acuerdo para el reparto de los ingresos generados y ii) la creación de un paquete basado en la venta en bloque de cortes publicitarios en todas las televisiones que operan en la Región, excluida 7 TV, que actuaría de creadora y comercializadora del producto.

- Puesta en marcha de un paquete multimedia radio/digital vía sinergias entre 7TV y Onda Regional.

El análisis de mercado muestra en detalle los aspectos relacionados con la competencia, que en el caso de 7TV se encuentra en otros medios de la Región de Murcia, que a pesar de tener menor audiencia, siguen estando en el top of mind de los anunciantes, lo que representa una oportunidad para 7 TV, al existir mercado potencial. Por otro lado, y para anunciantes nacionales, la opción del Plan de comercialización conjunta de FORTA (PCC), según el licitador, sigue muy centrada en la compra de objetivos muy concretos, como son los responsables de la compra del hogar y los mayores de 45 años, existiendo dificultades para su ampliación a otros de mayor precio (adultos comerciales).

En línea con lo expuesto, el análisis de mercado muestra estadísticas relativas a la inversión de anunciantes de la Región de Murcia, en medios de la Región de Murcia y de fuera de la misma, así como, la relación de los principales anunciantes de la Región de Murcia por tipo de televisión.

En relación con los potenciales clientes de publicidad, según el licitador, en los dos últimos años se ha producido una optimización de la curva long tail, es decir, anunciantes de baja facturación, de tal forma que en el ejercicio 2019, la cifra global de anunciantes superó los 750, con un positivo resultado en términos comerciales y de facturación. Asimismo, expresa que existe potencial de crecimiento en el número de anunciantes provenientes de los medios de prensa, exterior y cine, pudiendo duplicar la cartera de anunciantes existente actualmente, y adicionalmente se podrían sumar 100 anunciantes más provenientes del mercado de anunciantes con sede en la Región de Murcia. Por otro lado, se identifican los anunciantes nacionales y regionales que no haciendo inserción en 7TV sí la hacen en otros medios regionales, constituyendo objetivo de captación a través del PCC de FORTA o directamente mediante propuestas de publicidad y comunicación.

En cuanto a la audiencia potencial, se plantea una previsión que pasaría del 2,8% de share en 2019, hasta el 4% estable en 2025. La captación de nuevas audiencias se va a basar en la extensión de los canales convencionales y en la incorporación de público nuevo a través de las plataformas digitales, mediante la creación y difusión de mayor número de contenidos a través de la HBBTV, web, aplicación, redes sociales y plataformas de podcast. Continuando con la búsqueda de nuevos públicos, se incide en las redes sociales, para lo que se utilizarán las fórmulas indicadas en el apartado correspondiente a las fuentes de ingresos adicionales.





Además, se muestra como ejemplo de acción comercial digital, en función de las oportunidades detectadas, la utilización de la herramienta Instagram Stories, que permitiría la captación de audiencia con edades comprendidas entre los 16 y 24 años, explicando su modelo de negocio. Por último, entre las previsiones de futuro se destacan, como oportunidades de negocio, las nuevas tendencias de marketing del mercado.

Por otro lado, y en relación con el Estudio de Viabilidad económico-financiera, la propuesta presenta las fortalezas del Plan de Negocio sintetizadas en los siguientes 10 puntos:

- Maximiza el retorno de las compensaciones solicitadas a la Administración.
- Modelo equilibrado con búsqueda de fuentes de ingresos alternativos a las compensaciones de la Administración.
- Proyecto totalmente financiado, con garantía de apoyo financiero y patrimonial de sus socios.
- Garantía de empleo estable y de calidad en la Región de Murcia.
- Efecto multiplicador. Maximización del retorno al tejido audiovisual de la Región de Murcia.
- Compromiso con la industria local.
- Compromiso con la inversión en producción independiente.
- Reinversión permanente en medios técnicos y sistemas a la vanguardia tecnológica.
- Diversificación de proveedores y fuentes de ingresos.
- Proyecto integrador, equilibrado y lugar de encuentro de la sociedad de la Región de Murcia.

Se indica que los importes registrados en el Plan de Viabilidad son meramente ilustrativos, en tanto que los importes reales figuran en el sobre 3 de la oferta.

Se presenta un Plan de inversiones con 16 iniciativas de inversión, por un importe de 6.071.724,55 euros más una inversión anual para mantener actualizados los equipos e instalaciones a las últimas tendencias del mercado. La propuesta identifica y detalla claramente todas las iniciativas, destacando que se introducen mejoras significativas en las siguientes áreas:

- Postproducción y noticias.
- Almacenamiento.
- Adecuación y reforma de ubicaciones y diseño de decorados.
- Actualizaciones tecnológicas en el seguimiento de publicidad.

A continuación, se enumeran las iniciativas de inversión:

- Renovación funcional del Centro de Producción de Molina de Segura.
- Construcción de un nuevo decorado de informativos.
- Sistema de redacción y edición de noticias.
- Área de realización. Adquisición de dos servidores de video.
- Área de ingesta. Adquisición de módulo AVID y dos servidores.
- Área de archivo. Sistema VSN.
- Área de tráfico y emisión. Instalación de servidor VSNSPIDER.





- Área de continuidad. Implantación del sistema VSNONETV.
- Área comercial. Solución Neptuno de Evendor Media.
- Equipos de conmutación de red.
- Gestión corporativa. Actualización de licencias Microsoft 36 y desarrollo de intranet.
- Accesibilidad. Renovación de herramientas FINGERTEXT de subtitulado.
- ENGs y otros.
- Unidad móvil HD 1.
- Transporte de señal. Renovación de codificadores y decodificadores.

Se indica que el Plan de renovación tecnológica propuesto ha sido diseñado en colaboración con BGL, ingeniería audiovisual del Grupo de pertenencia de CBM.

El Plan de financiación detalla los recursos propios y ajenos destinados al proyecto, donde la financiación ajena para los diferentes ejercicios de duración del contrato oscila entre el 5,73% y el 10,17%, correspondiendo el porcentaje más elevado a la primera anualidad del contrato.

El licitador afirma en la propuesta que realizará una aportación directa de capital superior a los 6 millones de euros para hacer frente a las inversiones recogidas en el Plan, y que dichos fondos se encuentran totalmente desembolsados y disponibles, de tal manera que podría comenzar de forma inmediata a ejecutar el plan de inversiones. En acreditación de lo expuesto aporta la siguiente documentación:

- Certificado emitido por Banco Sabadell, S.A., de fecha 25 de noviembre de 2020, donde se pone de manifiesto que el licitador presenta un saldo acreedor de 3.500.163, 69 euros.
- Documento emitido por Banco Sabadell, S.A., de fecha 25 de noviembre de 2020, donde se pone de manifiesto que el licitador tiene contratada una línea multiempresa para anticipo de facturas, factoring con y sin recurso por un importe máximo de 1.500.000 euros, y que a la fecha de la certificación se encontraba totalmente sin disponer.
- Documento emitido por Banco Santander, S.A., de fecha 26 de noviembre de 2020, donde se pone de manifiesto que el licitador tiene contratada una línea multititular de anticipo de facturas del Grupo Secuoya, por importe de 1.700.000 euros, que a la fecha de la certificación se encuentra disponible.
- Certificado emitido por Bankinter, S.A., de fecha 27 de noviembre de 2020, donde se pone de manifiesto que el licitador tiene contratada una línea multilínea del Grupo Secuoya Comunicación por un importe de 5.700.000 euros, en la que hay un límite de riesgo de factoring de 3.500.000 euros. Asimismo, aporta certificado emitido por esta entidad bancaria, de fecha 1 de diciembre de 2020, donde, en relación con el licitador, se pone de manifiesto la suficiente solvencia para el cumplimiento de sus obligaciones con la citada entidad.

La propuesta plantea financiación ajena exclusivamente para cubrir las necesidades de capital circulante durante el periodo de vigencia del contrato. Dicha financiación se ha estructurado a





través de la suscripción de una línea de crédito, entre el licitador y su matriz, Secuoya Grupo de Comunicación, S.A., con objeto de garantizar los fondos necesarios para atender el pasivo circulante mientras recibe los cobros provenientes de las distintas tipologías de ingresos, incluyendo la compensación por la prestación del servicio público. El coste financiero de esta línea de crédito es del 2,4% anual. En acreditación de lo expuesto aporta la siguiente documentación:

- Contrato de apertura de cuenta de crédito, suscrito entre Secuoya Grupo de Comunicación, S.A. como sociedad matriz y CBM Servicios Audiovisuales, S.L.U. con fecha de 20 de junio de 2020, para la apertura de una cuenta de crédito a CBM Servicios Audiovisuales, S.L.U. hasta un límite de 10.000.000 euros, con objeto de mejorar su capacidad financiera para hacer frente a las necesidades de capital circulante derivadas de la actividad como gestor indirecto de 7 TV Región de Murcia. El coste financiero de la línea de crédito se establece a un tipo nominal anual del 3% sin comisiones.
- Documento emitido por Banco Sabadell, S.A., de fecha 25 de noviembre de 2020, donde se pone de manifiesto que Secuoya Grupo de Comunicación, S.A., tiene contratada una póliza de crédito por un límite máximo de 1.430.000 euros.
- Certificado emitido por Banco Santander, S.A., de fecha 26 de noviembre de 2020, donde se pone de manifiesto que Secuoya Grupo de Comunicación, S.A., tiene contratadas dos pólizas de crédito, una con límite de 1.300.000 euros y otra con límite de 650.000 euros.
- Documento emitido por Bankia, S.A., de fecha 26 de noviembre de 2020, donde se pone de manifiesto que Secuoya Grupo de Comunicación, S.A., es titular de una cuenta de crédito, con un límite autorizado de 4.000.000 euros.
- Certificado emitido por Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A., de fecha 26 de noviembre de 2020, donde se pone de manifiesto que Secuoya Grupo de Comunicación, S.A., mantiene abierta una póliza de crédito de límite 3.000.000 euros.

Además, como complemento de la documentación anterior, y en prueba de la capacidad de obtención de recursos financieros ajenos por el licitador, se aportan documentos emitidos por Banco Santander, S.A., Banco Sabadell, S.A. y Triodos Bank NV, en los que se refleja un interés en financiar las inversiones a realizar por el licitador para llevar a cabo la ejecución del presente proyecto, previo análisis de viabilidad por parte de las entidades financieras.

Comparado con el resto de ofertas, presenta el mejor ratio Recursos Propios / Recursos Ajenos con cifras próximas al 90% en los 5 años.

En cuanto a la previsión de Ingresos y Gastos se comprueba el cumplimiento de las siguientes condiciones:

- Los ingresos por compensación de servicio público se ajustan a los importes del Pliego (12.809.917,36 euros sin IVA para anualidades completas).





- En cuanto al destino del 25% de los ingresos por compensación a encargos de producción independiente y al 6% de los ingresos totales a financiar obras europeas, la propuesta declara incluirlas en la partida de Gasto 'Consumos de programas y otros aprovisionamientos' sin desglose. Más adelante al analizar la partida de ingresos 'Recuperación de inversión en cine' estima una inversión anticipada anual en obra europea de 850.000 euros por año.
- Los Gastos de Personal se incrementan por encima del 1,75% anual durante los cinco años.

La previsión global de ingresos que plantea el licitador, al margen de la compensación por la prestación del servicio público, oscila entre los 2.430.646 euros para el primer ejercicio y los 3.116.128 euros en el último ejercicio, presentando un incremento importantes en el Año 2 (11,56%) y Año 3 (8,56%) y más moderados los Años 4 (5,87%) y Año 5 (5,50%). Procede de múltiples fuentes, cuya descripción figura detallada en la propuesta, pudiéndose resumir en las siguientes categorías de ingresos:

- Publicidad convencional.
- Publicidad de contenido.
- Acciones especiales.
- Publicidad Web y HBBTV.
- Redes sociales.
- Ingresos asociados a producción.
- Otros ingresos adicionales.

El licitador aporta un compromiso con la empresa Secuoya Nexus, S.L.U. por el que se compromete, en el supuesto de ser contratada, a la realización de actividades de consultoría y ejecución de labores sobre actividad transmedia, innovación y formación, así como a gestión y optimización de contenidos audiovisuales en YouTube, redes sociales y plataformas de podcast.

La siguiente tabla muestra la comparativa entre el Estudio de Viabilidad EF CARM y la oferta del licitador por grandes agrupaciones de ingresos:

**Previsión de Ingresos - Estudio Viabilidad EF CARM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Prestación de Servicios	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917
Ingresos por Publicidad	1.302.822	1.275.280	1.247.097	1.207.066	1.156.249
Otros Ingresos	29.694	29.694	29.694	29.694	29.694
<b>Total Ingresos</b>	<b>14.142.433</b>	<b>14.114.891</b>	<b>14.086.708</b>	<b>14.046.677</b>	<b>13.995.860</b>

**Previsión de Ingresos - CBM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Compensación Serv Público	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917
Ingresos por Publicidad	1.706.447	1.828.234	1.885.795	1.887.311	1.876.739
Otros Ingresos	724.199	883.277	1.057.690	1.228.818	1.410.824
<b>Total Ingresos</b>	<b>15.240.564</b>	<b>15.521.428</b>	<b>15.753.402</b>	<b>15.926.045</b>	<b>16.097.480</b>





Se observan diferencias en 'Ingresos por Publicidad' con cifras superiores en la oferta que oscilan entre el 30,98% en el primer año y el 62,31% para el último. Ciertamente las fuentes de ingresos por publicidad son múltiples, si bien el 65,72% de los mismos corresponden a Publicidad Convencional.

En 'Otros Ingresos' las diferencias son aún mayores. Si para los cinco años de contrato el Estudio de Viabilidad EF CARM muestra unos importes totales de 148.470 euros, en el caso de la oferta esta cifra asciende a 5.304.807,50 euros con el siguiente desglose:

Otros Ingresos	Año 1 a 5
Compromiso Distr. Contenido Secuoya	153.872,43
Recuperación Inversión Cine	846.298,37
Service Técnico Cámaras	129.252,84
Media for Equity	1.170.218,32
Media for Debt	1.170.218,32
Media for BackEnd	1.170.218,32
Eventos	664.728,90
<b>Total Otros Ingresos</b>	<b>5.304.807,50</b>

Para los ingresos en concepto de 'Compromiso Distribución Contenido Secuoya', la oferta acompaña acuerdo entre CBM y Secuoya contenidos para las gestiones de distribución de los contenidos producidos por CBM.

Para 'Recuperación Inversión Cine', se acompaña 'Presentación de la consultora Andersen Tax&Legal con las claves de la financiación de las obras audiovisuales a través de inversión en AIE's' y certificado emitido por la empresa Dunas Capital interesados en la captación de dichos inversores.

Comparada con el resto de ofertas, la presente contiene los mayores Ingresos por publicidad para los 5 años (9.184.526 euros), concretamente un 20,46% sobre la media. En el concepto de Otros Ingresos, ocupa el segundo lugar y un 42,70% sobre la media.

La previsión global de Gastos oscila entre 14.222.923,77 euros para el primer ejercicio y 15.293.132,06 euros para el último ejercicio, presentando un incremento sostenido en los ejercicios intermedios ente el 1,55% y el 2,13%.

Entre los gastos cabe destacar el concepto relativo al "Consumo de programas y otros aprovisionamientos", que oscila entre 6.398.125,48 euros para el primer ejercicio y 6.625.418,72 euros para el último ejercicio, encontrándose alineado con lo dispuesto al respecto en el Estudio de Viabilidad EF CARM. Este concepto representa el 44,16% del total de gastos y comprende: i) Consumo de producción de programas, ii) Consumo de materiales y otros (doblaje, bandas sonoras, subtítulo,...) iii) Costes por inversión en producción independiente según ley y iv) Otros costes vinculados a la producción regional independiente.





La siguiente tabla muestra la comparativa entre el Estudio de Viabilidad EF CARM y la oferta del licitador por este concepto de Gastos:

**Previsión de Gasto - Estudio Viabilidad EF CARM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Trabajos realizados por otras empresas	5.723.827	5.823.994	5.925.914	6.029.617	6.135.136
Financiación Europea	848.546	846.893	845.202	842.801	839.752
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>6.572.373</b>	<b>6.670.887</b>	<b>6.771.116</b>	<b>6.872.418</b>	<b>6.974.888</b>

**Previsión Gastos - CBM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Consumos de programas y otros aprovisionamientos	6.398.125,48	6.435.208,90	6.488.653,27	6.564.518,77	6.625.418,72
<b>Total Consumos</b>	<b>6.398.125,48</b>	<b>6.435.208,90</b>	<b>6.488.653,27</b>	<b>6.564.518,77</b>	<b>6.625.418,72</b>

Las cifras ofertadas, meramente ilustrativas en tanto que las cifras reales figuran en el Sobre 3, se sitúan por debajo del Estudio CARM entre el 2,65% para el primer año y el 5,01% para el último año.

Asimismo, son destacables los Gastos de Personal que oscilan entre 4.100.238,96 euros para el primer ejercicio y 4.479.798,34 euros para el último ejercicio, incluyendo Sueldos y Salarios y Seguridad Social sin desglosar. La tasa de crecimiento interanual es superior al 1,75% fijado como mínimo en los Pliegos, elevándose al 1,83% para los años 2 y 3 y del 2,63% para los años 4 y 5. La oferta señala la posibilidad de plantear nuevas modificaciones en las condiciones de los trabajadores en función del crecimiento económico de determinados factores.

La siguiente tabla muestra la comparativa entre el Estudio de Viabilidad EF CARM y la oferta del licitador para los Gastos de Personal:

**Previsión de Gasto - Estudio Viabilidad EF CARM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	2.514.676	2.558.683	2.603.460	2.649.021	2.695.378
Cargas Sociales	751.134	764.279	777.654	791.262	805.110
<b>Total Gastos Personal</b>	<b>3.265.810</b>	<b>3.322.962</b>	<b>3.381.114</b>	<b>3.440.283</b>	<b>3.500.488</b>

**Previsión Gastos - CBM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Total Gastos Personal</b>	<b>4.100.239</b>	<b>4.175.735</b>	<b>4.252.703</b>	<b>4.364.479</b>	<b>4.479.798</b>

Los Gastos de Personal propuestos, que comprende la plantilla de 104 trabajadores contratada directamente por CBM, se sitúan por encima del Estudio CARM entre el 25,55% en el año 1 y el 27,98% para el año 5.





Comparado con el resto de ofertas, presenta unos Gastos de Personal para los 5 años un 2,10% por encima de la media.

Adicionalmente los costes de explotación comprenden “Arrendamientos y Cánones” y “Otros Gastos de Gestión Corriente”.

En ‘Arrendamientos y Cánones’ se incluyen alquileres de platós y oficinas, coste de las entidades de gestión de derechos y coste derivado de las contribuciones de señal más interconexiones y enlaces. Las cifras oscilan entre 1.457.059,67 euros para el año 1 y 1.500.934,84 euros para el año 5, con incrementos alrededor del 0,75%.

‘Otros gastos de gestión corriente’, con cifras entre 1.004.922,33 euros para el año 1 y 1.059.824,25 euros en el año 5, comprende:

- Servicios exteriores
- Seguros
- Mantenimiento portal web
- Promoción y marketing
- Retorno de aprovechamiento económico del 5% a la CARM.
- Servicios prestados por el Grupo.

No consta el importe destinado a adaptación visual y auditiva.

La suma de ‘Arrendamientos’ y ‘Otros’ de la oferta supera en un 56,38% en los 5 años de duración del contrato a la cifra del Estudio Viabilidad EF CARM en concepto de ‘Servicios Exteriores’.

Los gastos de amortización por un total de 6.882.244,24 euros en los 5 años incluye la inversión inicial de 6.071.724,45 euros más el 3,3% de la inversión anual comprometida para mantener el equipamiento en estado óptimo, que se eleva a 810.519,99 euros para todo el período.

Finalmente los Gastos Financieros con un total de 277.770.41 euros para los 5 años, derivan de la línea de financiación de circulante con el socio único así como el leasing con entidades financieras.

La propuesta incluye un Plan de Tesorería que explicita las principales hipótesis planteadas, entre las que figuran, los periodos medios de cobros y de pagos y la duración establecida para la financiación (leasing) que se solicita para acometer las inversiones distintas a las del primer ejercicio. Como aspectos destacables:

- El Flujo de Caja Libre es negativo el primer año (-557.726,79 euros) pero pasa a ser positivo el resto de años.
- Las necesidades máximas de financiación se alcanzan en el primer año por importe de 6 millones de euros por las inversiones iniciales más las necesidades de circulante.
- El circulante se financia mediante la línea de crédito de 10 millones de euros con la empresa matriz de CBM.





El apartado relativo al Balance de Situación y Cuenta de Resultados se estructura inicialmente en base a unas hipótesis y consideraciones generales del Plan de Negocio, Entre las hipótesis se encuentra la evolución prevista del IPC e hipótesis de inversión, incluida una inversión anual adicional a la inicial, equivalente a un 3,5% de la misma, que se estima necesaria para mantenimiento de los equipos técnicos, cuyo importe, se encuentra alineado con lo establecido en el Estudio de viabilidad EF CARM. Tanto el Balance como la Cuenta de Resultados contienen las hipótesis generales de valoración de las partidas. El Margen Neto muestra una cifra 5,01% en el primer ejercicio y del 5,20% en el segundo, para posteriormente decrecer de forma continua hasta llegar al 3,75% en el último ejercicio.

En el apartado relativo a Análisis Económicos se incluye en primer lugar unas gráficas con la evolución de Ingresos (publicitarios y otros ingresos) y Flujos de Caja.

En segundo lugar se recoge un Análisis de sensibilidad, donde mediante matrices de sensibilidad multivariable, se analiza el comportamiento del modelo ante tres escenarios:

- Escenario 1: Sensibilidad de la TIR a la variación de los ingresos totales (sin subvención) y de los gastos totales.
- Escenario 2: Sensibilidad del circulante a la variación de los ingresos totales (sin subvención) y de los gastos totales.
- Escenario 3: Sensibilidad de la TIR a la variación de la inversión inicial.

Del Análisis de sensibilidad se exponen las siguientes conclusiones:

- El Plan de Negocio presenta baja sensibilidad a la variable Ingresos sin subvención, por su baja participación en los Ingresos Totales.
- Los gastos Totales sí afectan significativamente a la TIR del Proyecto, calculada inicialmente al 17,5%, en particular los Costes de producción independiente y Gastos de Personal.
- Un incremento de los Gastos por encima del 20%, excepto gastos de Personal con una hipótesis de crecimiento definida, llevaría a una TIR de proyecto negativa.

En tercer lugar, presenta un Análisis sobre la naturaleza y el nivel de riesgo financiero en tres ámbitos: crédito, liquidez y mercado. Según el licitador no se detecta la existencia de riesgos financieros importantes que puedan impactar en el proyecto.

La propuesta incluye unos análisis de sensibilidad más completos que los del resto de propuestas, que permiten poner de manifiesto el enfoque del Plan de negocio, lo que puede ser considerado como una mejora de gestión.

La propuesta contiene un documento emitido por la consultora PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, S.L., en el que se pone de manifiesto que, en el ámbito del presente proceso de licitación, ha realizado una revisión del Plan de negocio de gestión de 7TV, que incorpora la revisión de calidad técnica, el soporte de hipótesis y el desarrollo de sensibilidades en base a sus conocimientos y capacidades. Asimismo, en el apartado de la propuesta denominado 'Conclusiones de la revisión independiente del modelo económico', se indica que tras la revisión se concluye que la formulación matemática es correcta y no se observan errores





que pongan en riesgo la validez del plan de negocio creado por Grupo Secuoya, lo que aporta valor añadido al planteamiento del Plan de negocio realizado por el licitador, además de su encuadramiento como mejora de gestión.

El licitador expone como elementos de seguimiento para la administración del pliego, la utilización de un sistema informático de planificación de recursos empresariales 'ERP', y la emisión de informes periódicos por expertos independientes que midan el grado de cumplimiento de los principales indicadores del modelo planteado.

Además, para garantizar la transparencia del modelo propuesto para la prestación del servicio, propone las siguientes actuaciones:

- Auditoría. Compromiso de realización de una auditoría de los estados financieros anuales a través de una compañía de auditoría de reconocido prestigio.
- Homologación de proveedores. Certificados de cumplimiento de obligaciones con Seguridad Social, certificados de calidad y estados financieros.
- Informe periódico de gestión.
- Cumplimiento normativo en el pago a terceros.
- Código de conducta. La oferta contiene un documento que describe el Código de conducta de Secuoya Grupo de Comunicación, S.A. y sociedades de su grupo.
- Modelo de compliance. La oferta contiene un documento que describe el Modelo de supervisión y seguimiento del modelo de compliance de Secuoya Grupo de Comunicación, S.A., de acuerdo con el Manual de compliance elaborado de conformidad con el código penal.
- Modelo de LOPDGDD. Cumplimiento en materia de protección de datos. Se acompaña Informe de cumplimiento emitido por el auditor de protección de datos de CBM, Auren Consultores S.L.

Por último, la propuesta incluye un apartado denominado 'Cuadro de indicadores de cumplimiento', que permite una identificación rápida de los puntos evaluables y de las peculiaridades técnicas de la oferta, que ayuda a la mejor comprensión de ésta y a su correcta evaluación.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 6 puntos**.

**c) Propuesta relativa a la empresa NOW**  
*[Coherencia e idoneidad del Plan de negocio]*

El desarrollo del presente criterio no presenta Análisis de Mercado ni Estrategia Publicitaria. Se inicia haciendo referencia al fomento y la estabilidad del empleo en la Región de Murcia, asumiendo la subrogación de la plantilla establecida en el PCAP y a la generación de 250 empleos





indirectos a través de acuerdos con productoras audiovisuales locales, estableciendo un compromiso de reinversión del 100% de los resultados obtenidos que se deriven de producciones desarrolladas en la Región de Murcia.

En relación con el Plan de inversiones, la propuesta contempla la utilización de las infraestructuras y medios técnicos de TV Murciana, así como la aportación propia de medios móviles de grabación y transporte de señal. Por este motivo, las inversiones previstas se circunscriben a: i) adaptaciones de áreas afectas al proyecto, ii) actualización tecnológica, iii) construcción de decorados y iv) implementación de la tecnología 5G, ascendiendo a un total de 1.844.000 euros, cifra muy inferior al límite de 9.250.000 euros del Estudio Viabilidad EF CARM y del resto de ofertas presentadas.

Las principales partidas de inversión corresponden a:

- Producción técnica y contenidos: 250.000 euros.
- Unidades móviles, unidades DSNG y parque móvil: 250.000 euros.
- Estudios Redacción y controles de realización de informativos: 225.000 euros.
- Otros sistemas informáticos, sistemas eléctricos Sais y grupo electrógeno: 149.0000 euros.

La propuesta no aporta presenta un Plan de Financiación, con lo cual se desconocen los recursos propios y ajenos que soportan el proyecto. Al no constar tampoco un Balance de Situación, no se puede deducir la financiación propia y ajena.

Los datos relativos al Plan de Negocio no están estructurados por años naturales de duración del contrato, lo que contradice la interpretación dada al respecto por el órgano de contratación, dificultando la evaluación comparativa.

Por lo que respecta a la previsión de Ingresos y Gastos se observa:

- Los ingresos por compensación de servicio público se ajustan a los importes del Pliego (12.809.917,36 euros sin IVA para anualidades completas).
- Se desconoce si se destina un 25% de estos ingresos a encargos de producción independiente (3.202.479,34 euros anuales). Podrían estar incluidos en el epígrafe “Costes de explotación técnica” (6.148.760,33 euros en 2022) pero la documentación aportada no ofrece información clara al respecto.
- Se desconoce igualmente si destina un 6% de los ingresos totales a la financiación de obras europeas. No existe detalle al respecto.
- Los gastos de personal no se incrementan un 1,75% anual durante los cinco años. En la tabla “Resultados proyectados 2021-2026” de la página 110 de su oferta, los Gastos de personal se desglosan en dos epígrafes:
  - Dentro de los gastos de Explotación se incluyen los denominados ‘Costes Personal de Explotación’ que se incrementan al 1,20% en 2023, 1,18% en 2024 y 1,72% en 2025.





- Dentro de los Gastos Generales, el epígrafe “Gastos de Personal” presenta una cifra invariable de 3.250.000 euros en los ejercicios completos de 2022, 2023 y 2024, siendo de 3.270.000 euros en 2025.

La previsión global de ingresos que plantea el licitador, al margen de la compensación por la prestación del servicio público y teniendo en cuenta únicamente los ejercicios completos, es de 1.380.000 euros para el ejercicio 2022 y de 1.970.000 euros para el ejercicio 2025, presentando un incremento sostenido en los ejercicios intermedios. La propuesta detalla los ingresos en cuatro conceptos e incluye una somera descripción sobre ellos.

Las siguientes tablas muestran la comparativa entre los Ingresos del Estudio de Viabilidad EF CARM y la oferta del licitador:

**Previsión de Ingresos - Estudio Viabilidad EF CARM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Prestación de Servicios	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917
Ingresos por Publicidad	1.302.822	1.275.280	1.247.097	1.207.066	1.156.249
Otros Ingresos	29.694	29.694	29.694	29.694	29.694
<b>Total Ingresos</b>	<b>14.142.433</b>	<b>14.114.891</b>	<b>14.086.708</b>	<b>14.046.677</b>	<b>13.995.860</b>

**Previsión de Ingresos - NOW**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Prestación de Servicios	8.539.945	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917	4.269.972
Ingresos por Publicidad	700.000	1.200.000	1.350.000	1.500.000	1.750.000	650.000
Otros Ingresos	25.000	180.000	200.000	220.000	220.000	75.000
<b>Total Ingresos</b>	<b>9.264.945</b>	<b>14.189.917</b>	<b>14.359.917</b>	<b>14.529.917</b>	<b>14.779.917</b>	<b>4.994.972</b>

La propuesta del licitador presenta unos Ingresos por Publicidad inferiores al Estudio Viabilidad EF CARM en el primer año completo, pero a partir de ahí las tasas de crecimiento son notablemente superiores para 2023 (12,5%), 2024 (11,1%) y 2025 (16,6%). Las cifras de Otros Ingresos también se sitúan por encima, con unas tasas de crecimiento más contenidas.

Comparado con las restantes ofertas, los Ingresos por Publicidad se sitúan un 6,22% por debajo de la media, y un 75,25% para Otros Ingresos.

En materia de Gastos, se observa una discrepancia en los importes entre la Tabla “Resultados Proyecto Duración Contrato 2021-2026” de la página 110 de su oferta y la tabla “Previsión de gastos a incurrir” de la página 114, en los siguientes conceptos de gasto:

- Gastos de Personal:

**Previsión Gastos - NOW**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Gastos Personal (Pág. 110)	3.703.186	5.662.286	5.691.186	5.720.086	5.782.586	1.927.529
Gastos Personal (Pág. 114)	3.512.144	5.350.000	5.475.000	5.900.500	5.900.000	1.966.667
<b>Diferencias</b>	<b>191.042</b>	<b>312.286</b>	<b>216.186</b>	<b>-180.414</b>	<b>-117.414</b>	<b>-39.138</b>





No se desglosa en ningún caso las cargas sociales. Sea una u otra cantidad, los Gastos de Personal superan notablemente al Estudio Económico CARM y al resto de ofertas.

- Otros Gastos:

Previsión Gastos - NOW

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Otros Gastos (Pág. 110)	46.324,72	70.949,59	71.799,59	72.649,59	73.899,59	24.633,20
Otros Gastos (Pág. 114)	67.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	33.333,33
<b>Diferencias</b>	<b>-20.675</b>	<b>-29.050</b>	<b>-28.200</b>	<b>-27.350</b>	<b>-26.100</b>	<b>-8.700</b>

- Gastos Financieros:

Previsión Gastos - NOW

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Gastos Financieros (Pág. 110)	92.649,45	141.899,17	143.599,17	145.299,17	147.799,17	49.266,39
Gastos Financieros (Pág. 114)	125.000,00	155.000,00	155.000,00	155.000,00	155.000,00	51.666,67
<b>Diferencias</b>	<b>-32.351</b>	<b>-13.101</b>	<b>-11.401</b>	<b>-9.701</b>	<b>-7.201</b>	<b>-2.400</b>

Las diferencias entre ambas tablas son notables en términos de Gastos Totales:

Previsión Gastos - NOW

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Total Gastos (Pág. 110)	8.330.806,72	12.612.638,76	12.646.723,76	12.680.808,76	12.750.933,76	4.250.311,25
Total Gastos (Pág. 114)	8.192.789,88	12.341.704,05	12.469.399,05	12.897.474,05	12.900.849,05	4.300.549,35
<b>Diferencias</b>	<b>138.017</b>	<b>270.935</b>	<b>177.325</b>	<b>-216.665</b>	<b>-149.915</b>	<b>-50.238</b>

En todo caso, las cifras de Gastos Totales son significativamente inferiores al Estudio Viabilidad EF CARM, más aun considerando que en este último caso se incluyen amortizaciones por 1.850.000 euros anuales, mientras que en el caso del presente licitador las amortizaciones ascienden a 368.800 euros por año. De hecho la cifra total de Gastos para los 5 años arroja la segunda menor cifra de todas las ofertas, ligeramente por debajo de la media.

La Cuenta de Resultados, que no explicita las hipótesis generales de valoración de las partidas, muestra resultados positivos para todos los ejercicios, con unos Márgenes Netos del 8,33% para el ejercicio 2022 y del 10,29% para el ejercicio 2025, presentando incrementos sostenidos en los ejercicios intermedios.

La propuesta no incluye ni Balance de Situación ni Plan de Tesorería. En este caso se limita a indicar los periodos medios de cobro y que a excepción del primer año el flujo de caja es positivo durante el resto del contrato. La propuesta, además, no incluye ningún tipo de análisis económico adicional, ni en forma de ratios ni cálculo de TIR.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se concluye que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 0%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0 puntos**.





**d) Propuesta relativa a la empresa PROMECAL**

*[Coherencia e idoneidad del Plan de negocio]*

La propuesta del licitador para el presente criterio de adjudicación se estructura en dos grandes apartados: 'Análisis de mercado. Estrategia publicitaria' y 'Estudio de viabilidad económico-financiera'.

**1- Análisis de mercado. Estrategia publicitaria**

Se inicia este apartado con una breve descripción de la competencia de 7TV Región de Murcia, señalando que 7TV no tiene competencia real en la Región ya que su presupuesto le permite construir una parrilla por la que en términos de audiencia, imagen y recursos no hay ningún actor que le pueda disputar el mercado regional. Asimismo, pone de manifiesto que la competencia real es la oferta global de contenidos audiovisuales presente en todos los formatos y canales de llegada, por lo que hay que adecuar los contenidos a las nuevas formas de comunicación.

Continúa con el apartado relativo a los potenciales clientes de publicidad en dos ámbitos geográficos:

- Dentro de la Región de Murcia. Comienza exponiendo que una televisión con vocación de servicio público no puede mostrar agresividad en el mercado publicitario regional. Para ello propone una política comercial de tarifas elevada que deje fuera a clientes destinados a otros proyectos audiovisuales de menor entidad que no reciben financiación pública. Presenta de forma esquemática, las siguientes tipologías de clientes:
  - Empresas de la Región de Murcia sin tradición en inversión publicitaria.
  - Empresas de la Región de Murcia con tradición en inversión publicitaria.
  - Empresas de fuera de la Región de Murcia, con gran implantación regional.
  - Instituciones de la Región de Murcia.
  - Franquicias y concesionarios.
- Fuera de la Región de Murcia y desde una perspectiva nacional, se plantea por un lado, acuerdos de comunicación a través de relaciones corporativas con grandes empresas comercializadoras de productos alimenticios y empresas cotizadas con implantación en Murcia, y por otro lado, se refiere a las comercializadoras nacionales de publicidad para el acceso del gran cliente nacional, indicando que los ingresos por esta vía son limitados sin superar el 10% de los ingresos.

En el apartado relativo a la audiencia potencial, según el licitador, 7TV Región de Murcia debe aspirar a situarse en una media del 5% de share, basándose en una estrategia de cercanía. No obstante, al mismo tiempo se pone de manifiesto que el share pasa a un segundo plano, ya que los cambios en los hábitos son imparable y 7TV Región de Murcia debe adaptarse, marcando como reto la creación de productos audiovisuales multiplataforma. Finalmente, expone que si bien el mercado potencial de la televisión autonómica se sitúa en una facturación anual de 2,2 millones de euros, la evolución del mercado publicitario de los últimos meses lleva a una previsión realista





de 1,157 millones de euros en el primer año, con subidas importantes del 10% en el segundo y tercer año hasta alcanzar 1,4 millones, reduciéndose los dos últimos años al 2% por la caída en inversión en publicidad de la televisión convencional. Concluye que las obligaciones de programación de servicio público limitan la captación de fondos en el mercado publicitario.

## 2- Estudio de viabilidad económico-financiera

En primer lugar se expone el Plan de inversiones por un importe inicial de 6.750.000 euros con un período de amortización en 5 años. La propuesta no detalla las actuaciones a realizar, mostrando únicamente los siguientes conceptos de inversión:

- Sistemas de televisión: 2.045.247 euros
- Mobiliario, vehículos, ofimática y varios: 1.437.023 euros
- Obras en sede central y delegaciones: 3.267.730 euros

En relación con el Plan de Financiación, el licitador afirma en la propuesta que los fondos propios ascienden a 4.500.000 euros, sin que se aporte ningún tipo de información adicional al respecto.

La propuesta plantea financiación ajena para cubrir las necesidades de capital circulante durante el periodo de vigencia del contrato, que se materializa con la suscripción de un préstamo bancario por un importe de 1.000.000 euros y una línea de crédito por un importe de 1.500.000 euros, línea que estará disponible durante los primeros meses de ejecución del contrato, según se desprende del Balance de Situación y Cuenta de Resultados.

El ratio Recursos Propios / Recursos ajenos del 74,29% se sitúa en segundo lugar entre las ofertas presentadas.

Los datos relativos al estudio de viabilidad económico-financiera no están estructurados por años naturales de duración del contrato, lo que contradice la interpretación dada al respecto por el órgano de contratación, dificultando la evaluación comparativa.

La propuesta incluye Balance de Situación, Cuenta de Resultados y Plan de Tesorería sin explicar las hipótesis de elaboración. No se observa ninguna inversión anual adicional a la inicial, destinada a la reposición de equipos técnicos.

Por lo que respecta a la previsión de Ingresos y Gastos se comprueba el cumplimiento de las siguientes condiciones:

- Los ingresos por compensación de servicio público se ajustan a los importes del Pliego (12.809.917 euros sin IVA para anualidades completas).
- Se destina un 25% de estos ingresos a productoras regionales independientes (3.202.479 euros anuales).
- Se destina un 6% de los ingresos totales a la financiación de producción europea.
- Los gastos de personal se incrementan un 1,75% anual durante los cinco años.

La previsión global de ingresos del licitador sin considerar la compensación por la prestación del servicio público para los ejercicios completos, es de 1.542.852 euros para el ejercicio 2022,





umenta un 8,9% en 2023 y retrocede ligeramente en 2024 y 2025 hasta la cifra de 1.644692 euros.

La siguiente tabla muestra la comparativa entre el Estudio de Viabilidad EF CARM y la oferta del licitador:

**Previsión de Ingresos - Estudio Viabilidad EF CARM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Prestación de Servicios	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917
Ingresos por Publicidad	1.302.822	1.275.280	1.247.097	1.207.066	1.156.249
Otros Ingresos	29.694	29.694	29.694	29.694	29.694
<b>Total Ingresos</b>	<b>14.142.433</b>	<b>14.114.891</b>	<b>14.086.708</b>	<b>14.046.677</b>	<b>13.995.860</b>

**Previsión de Ingresos - PROMECAL**

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Prestación de Servicios	9.607.438	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917	3.202.479
Ingresos por Publicidad	867.854	1.272.852	1.400.137	1.372.135	1.344.692	329.450
Otros Ingresos	190.000	270.000	280.000	295.000	300.000	80.000
<b>Total Ingresos</b>	<b>10.665.292</b>	<b>14.352.769</b>	<b>14.490.054</b>	<b>14.477.052</b>	<b>14.454.609</b>	<b>3.611.929</b>

Los Ingresos por publicidad del licitador se sitúan un 6,45% por encima del Estudio CARM para el conjunto de 5 años, en tanto que la cifra de Otros Ingresos de 2022 (270.000 euros) casi duplica la estimación del Estudio de Viabilidad EF CARM para toda la concesión (148.470). No obstante, la cifra de Otros Ingresos se sitúa en un término medio respecto a otras ofertas presentadas.

Con respecto al resto de ofertas, los Ingresos por Publicidad son inferiores en un 13,60% sobre la media y en cuanto a Otros Ingresos un 62% por debajo de la media si incluimos las cinco ofertas y un 40% excluyendo aquella manifiestamente desproporcionada.

La previsión global de Gastos, teniendo en cuenta únicamente los ejercicios completos, es de 13.750.466 euros para el ejercicio 2022 y de 13.981.762 euros en el ejercicio 2025, presentando un leve incremento en torno al 0,7% anual en los ejercicios intermedios. Entre los gastos cabe destacar el concepto relativo a 'Aprovisionamientos', que presenta un importe fijo anual de 6.829.979 euros, encontrándose alineado con lo dispuesto al respecto en el Estudio CARM de viabilidad económico-financiera.

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Productoras Regionales Independientes	2.401.860	3.202.479	3.202.479	3.202.479	3.202.479	800.620
Gastos Operación	2.270.625	3.027.500	3.027.500	3.027.500	3.027.500	756.875
Producción Ajena	450.000	600.000	600.000	600.000	600.000	150.000
<b>Total Aprovisionamientos</b>	<b>5.122.485</b>	<b>6.829.979</b>	<b>6.829.979</b>	<b>6.829.979</b>	<b>6.829.979</b>	<b>1.707.495</b>





En cuanto a los Gastos de Personal, se recoge el incremento anual del 1,75%, sin desglose de Sueldos y Salarios y Cargas Sociales. Los gastos del año 2022 a 2025 son superiores en un 14,9% al Estudio Viabilidad EF CARM.

**Previsión de Gasto - Estudio Viabilidad Pwc**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	2.514.676	2.558.683	2.603.460	2.649.021	2.695.378
Cargas Sociales	751.134	764.279	777.654	791.262	805.110
<b>Total Gastos Personal</b>	<b>3.265.810</b>	<b>3.322.962</b>	<b>3.381.114</b>	<b>3.440.283</b>	<b>3.500.488</b>

**Previsión Gastos - PROMECAL**

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Sueldos y Salarios	SIN DESGLOSE					
Seguridad Social						
<b>Total Gastos Personal</b>	<b>2.814.405</b>	<b>3.818.209</b>	<b>3.885.028</b>	<b>3.953.016</b>	<b>4.022.194</b>	<b>1.023.146</b>

Si comparamos los Gastos de Personal con el resto de ofertas, la cifra en términos de duración total del contrato, es inferior en un 6,75% a la media de costes de personal.

En la partida Otros Gastos de Explotación, se incluye además de la Financiación de la producción europea (861.166 euros en 2022), Alquileres (253.358 euros en 2022) y SGAE y Otros (574.111 euros en 2022). Finalmente figura la Comisión a favor de la CARM por el 5% de los Ingresos por publicidad, por un importe de 63.643 euros en 2022 y 67.235 euros en 2025.

En la previsión de gastos no se observa que se hayan incluido expresamente los relativos a la mejora en la calidad de adaptación visual y auditiva de la programación.

La cifra total de Gastos prevista a lo largo del contrato (69.324.906 euros) se sitúa en niveles muy próximos al Estudio CARM y un 8,92% por encima de la media de las ofertas.

La cifra de Resultados prevista a lo largo del contrato (2.045.100 euros) es la menor de las previstas en las distintas ofertas.

El Margen Neto que se extrae de la Cuenta de Resultados, teniendo en cuenta únicamente los ejercicios completos, es del 3,05% (Resultado Neto / Cifra de negocio) en el ejercicio 2022 y del 3,28% en el ejercicio 2023, para posteriormente decrecer hasta llegar al 2,42% en el ejercicio 2025.

El Plan de Tesorería muestra cash flow positivos en todos los ejercicios, con un saldo final en 2022 de 422.533 euros y en 2025 de 6.545.100 euros.

El estudio finaliza mostrando una serie de ratios económicos del proyecto (liquidez, solvencia y fondo de maniobra) todos positivos, y un margen neto de ventas para el conjunto del proyecto del 3,89%, así como representaciones gráficas sobre la estructura de gastos, aprovisionamientos y otros gastos de explotación.





Concluye con un cálculo de la TIR del proyecto del 7,38%, en línea con el entorno del 6,5%-7,5% del Estudio CARM.

Comparado con otras ofertas, esta propuesta realiza un análisis de mercado y estrategia publicitaria muy somero y meramente descriptivo, sin concluir con las acciones a desarrollar. El estudio de viabilidad económico financiero se limita a presentar los datos de los distintos estados financieros sin explicar las hipótesis de elaboración y con un análisis económico muy simple.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 2 puntos**.

**e) Propuesta relativa a la empresa TCERO.**  
*[Coherencia e idoneidad del Plan de negocio]*

La propuesta del licitador para el presente criterio de adjudicación no sigue la estructuración prevista en el PCAP, iniciándose con un apartado denominado 'Los high five del plan de negocio para la 7TV', estructurado en los siguientes epígrafes:

- Un servicio viable más allá de la financiación pública.
- Un proyecto marca Murcia, comprometido y responsable.
- Generador de riqueza en la región y retorno a la industria audiovisual.
- Innovación como garantía de éxito.
- Experiencia en gestión y producción audiovisual.

En el primer epígrafe se hace referencia a ofertar más horas de servicio público (incremento de 20 horas semanales en informativos, programas especializados y culturales sobre el mínimo exigido), nuevas fuentes de ingresos adicionales por más de 1,5 millones durante todo el proyecto, automatización de la gestión comercial, compromiso de reinvertir el beneficio superior al 6% en la industria regional audiovisual y financiar de forma anticipada a las productoras con al menos el 25% del valor de los contratos.

En el proyecto marca Murcia, se hace referencia al compromiso del licitador en diferentes ámbitos:

- Responsabilidad social. Observación y mejora del impacto de la gestión de 7TV en espectadores, empleados, proveedores, AAPP, accionistas y conjunto de ciudadanía.
- Durabilidad. Modelo de gestión equilibrado que garantice la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.
- Medioambiental. Apuesta por tecnologías y procesos más eficientes para hacer frente al cambio climático.





- Legal. Aportación de un Plan de Compliance.
- Social. Prioridad de confianza en las empresas locales,
- Emisión responsable. Protección a infancia y colectivos vulnerables en las emisiones de contenidos.
- Social con los trabajadores.
- Igualdad.

En cuanto al carácter generador de riqueza en la Región, se proponen como acciones:

- Contenido de parrilla 100% murciano y creación de la primera ficción murciana.
- Plan de reinversión de beneficios superiores al 6% en el sector audiovisual regional.
- Creación de un clúster audiovisual murciano SAM Sector Audiovisual Murciano) para reducir la atomización del sector.
- Adelanto del 25% a las productoras independientes regionales.
- Polo de atracción de producciones para otras TV autonómicas. En este caso se aportan preacuerdos con diversas asociaciones.

En cuanto a la Innovación, la propuesta expone las siguientes consideraciones:

- Presencia de tecnología 4K en todo el sistema de producción de 7TV.
- Transmisiones en directo con unidades móviles 4K, conexiones con tecnología IP y Centro de Observación de Redes (COR) con cartografía precisa de la cobertura radioeléctrica en toda la Región de Murcia.
- Posibilidad de realizar conexiones 5G, estando en contacto con operadoras nacionales y con acuerdos de utilización preferente de las infraestructuras.
- Soluciones avanzadas para la producción, documentación, redacción, edición, realización y emisión de contenidos informativos.
- Nuevas fórmulas de automatización de procesos, en primer lugar en el área de venta de publicidad así como en la gestión del tiempo con automatización de convocatorias y recursos audiovisuales.

Finalmente, en cuanto a la Experiencia en gestión y producción audiovisual, se indica que el licitador, como parte del tejido productivo audiovisual de la Región de Murcia, ha mantenido contactos con asociaciones del sector audiovisual para el fortalecimiento del proyecto, y en prueba de ello aporta una relación de acuerdos con diferentes asociaciones, que aunque se encuentran descontextualizados en relación con el presente criterio de adjudicación, se indican a continuación:

- Acuerdo marco de colaboración con la Asociación de Profesionales de Radio y Televisión de la Región de Murcia, sobre futuras actuaciones de asesoramiento en el desarrollo del contrato, en su ámbito de actuación, que no quedan concretadas.
- Acuerdo marco de colaboración con la asociación de Mujeres de los Medios Audiovisuales; con la Asociación de Empresarios de Producción Audiovisual de la Región de Murcia; y con la Asociación Murciana de Empresas del Sector de las





- Tecnologías de la Información, las Comunicaciones y el Audiovisual, sobre futuras actuaciones de asesoramiento y de intercambio de información.
- Acuerdo marco de colaboración con la Asociación de Profesionales y Productoras de la Región de Murcia, sobre futuras actuaciones de asesoramiento en el desarrollo del contrato, en su ámbito de actuación, y sobre la realización de convocatorias para el desarrollo y producción de proyectos audiovisuales.
- Acuerdo marco de colaboración con la Unión de Actores y Actrices de la Región de Murcia, en materia de asesoramiento para la dignificación de la profesión y de intervención de actores y actrices de la Región de Murcia en el proyecto audiovisual del licitador.
- Acuerdo marco de colaboración con el Ilustre Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia, por el que el licitador, en el supuesto de resultar adjudicatario, se compromete a recurrir a la bolsa de empleo del Colegio, para la selección preferente de los profesionales que contrate.

En este contexto, también se alude a que han colaborado en el diseño de la oferta diferentes organizaciones, realizándose una remisión genérica a un anexo de la propuesta, que contiene acuerdos de muy diversa naturaleza, y que no se encuentran clasificados por tipologías, lo que dificulta su análisis. Entre la documentación aportada, se incluyen acuerdos con las siguientes organizaciones: Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Murcia; Federación de Personas Sordas de la Región de Murcia; Asociación Murciana de la Empresa Familiar; Unión de Cooperativas de Trabajo Asociado de la Región de Murcia; Confederación Regional de Organizaciones Empresariales de Murcia; Centro Superior de Educación Europa Sur; Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena; Federación Regional de Empresarios del Metal de Murcia; Organización Murciana de Mujeres Empresarias y Profesionales. Estos acuerdos contienen compromisos con escaso grado de concreción, encontrándose esta tipología de acuerdos, descontextualizada en relación con el presente criterio de adjudicación. Asimismo, se incluyen acuerdos con la empresa Nodo Comunicaciones, S.L. en materia de centros emisores y de instalación, mantenimiento y reparación de equipos, y con la empresa Cable Murcia, S.L., en materia de prestación de servicios de telecomunicaciones. Por último, el anexo citado, también contiene acuerdos con las empresas que se citan más adelante, en el transcurso de la exposición del análisis del presente criterio de adjudicación, y que para evitar reiteraciones innecesarias no se reproducen.

Se indica que TCERO está integrada por empresarios de reconocido prestigio social comprometidos durante décadas con el desarrollo de la Región de Murcia; se indica la experiencia de más de 25 años de los responsables de TCERO en la gestión de canales de televisión y radio en la Región de Murcia.

La propuesta analiza a continuación la evolución de la cobertura de 7TV, indicando que actualmente es similar a la de los canales tradicionales con una previsión de crecimiento para los próximos cinco años que se iniciaría con un share del 4,8% en el ejercicio 2021, aumentando progresivamente hasta alcanzar el 6,5% en los ejercicios 2024 y 2025. Esta mejora de audiencia generaría más ingresos publicitarios y por tanto más presupuesto para invertir en nuevos programas, que llevaría a su vez a aumentar nuevamente la audiencia.





El análisis del mercado publicitario en España pone de manifiesto que la inversión real estimada en medios controlados alcanzó los 5.951,8 miles de euros durante el año 2019, lo que supone un descenso del 0,2% en relación con el año anterior, con un descenso de la televisión del 5,8%.

El escueto análisis del mercado publicitario en la Región de Murcia estima el mercado de inversión publicitaria convencional en televisión en un 2,7% del total nacional, por lo que proporcionalmente deberían corresponder 2,4 millones de euros a inversión en televisión en la Región de Murcia. Respecto a la competencia se expone que en 2018 la inversión publicitaria en 7TV representó un 7% sobre el total, fuertemente liderado por la prensa con un 63% del total. También se cita que las otras cadenas que disponen de licencias para emitir en TDT a nivel autonómico representan una competencia baja. Estos datos demuestran el elevado margen de crecimiento en inversión publicitaria en la televisión regional.

El análisis de mercado publicitario nacional incluye específicamente referencias al periodo comprendido entre enero y septiembre de 2020, donde se pone de manifiesto que la inversión en televisión descendió un 24,4%, y en el conjunto de las televisiones autonómicas el descenso fue del 19,9%, concentrando una inversión de 49,2 millones de euros con una cuota de mercado del 4,6%. En relación con los clientes potenciales, el análisis realizado presenta un menor grado de concreción que el existente en otras ofertas.

El apartado denominado 'Configuración del nuevo modelo publicitario', analiza los cambios en el mercado, en el consumidor y en el modelo publicitario en la era digital, desde una perspectiva general, citando como nuevas formas de conseguir ingresos complementarios:

- La venta automatizada.
- El poder de los datos.
- Publicidad nativa y branded content.
- Vídeo y móvil.
- Smart TV: HBBTV, YouTube.
- Plataforma web.
- Distribución de contenidos propios.

La estrategia comercial publicitaria está basada en las cuatro líneas de acción que fueron explicitadas en el apartado correspondiente a las fuentes de ingresos adicionales, pudiéndose destacar que la publicidad convencional nacional está centrada en el acuerdo con FORTA, estimando, en base al crecimiento esperado de audiencia, que los ingresos se incrementen anualmente.

En el apartado denominado 'Recursos y medios', la acción comercial del licitador se divide en tres grandes bloques:

- Acción comercial directa con clientes estratégicos. Para reforzar la acción comercial se aporta un acuerdo de colaboración con la empresa Tekams Mentoring School, S.L., en materia de formación continua en gestión comercial.
- Utilización de agencias especializadas. El licitador aporta acuerdos de colaboración con las agencias de publicidad SFZ Sforza, S. Coop. y Portavoz Comunicaciones





Integradas, S.L., para una futura colaboración, que no queda definida en los documentos aportados.

- Automatización de la acción comercial. El licitador propone la implantación de un proceso automatizado en todas las acciones comerciales, exponiendo el funcionamiento del sistema automatizado de la empresa Auna IT denominado 'AURORA'. En este ámbito, se aporta un acuerdo de colaboración con la empresa Select Asterisco, S.L. (Auna IT), para el desarrollo y puesta en marcha de procesos de automatización y de introducción de la inteligencia artificial en el medio audiovisual, sin especificar actuaciones concretas.

Por otro lado, antes de presentar los Planes de Inversiones y Financiación, el licitador expone las hipótesis y consideraciones generales del modelo:

- Horizonte temporal según PCAP de 5 años naturales entre el 1 de abril de cada año y el 30 de marzo del año siguiente.
- Ingresos por prestación de servicio público según el Presupuesto Base de Licitación.
- Inversión inicial de 4,63 millones de euros más 140 mil euros anuales en mantenimiento y nuevas inversiones.
- Criterio de devengo en la imputación de ingresos y gastos a la Cuenta de resultados.
- Compromiso de no obtener en ningún caso un retorno superior al 6%, de modo que cualquier cantidad adicional se destinará a mejorar la remuneración de los agentes implicados en proyecto.
- Período medio de pagos de 30 días y de cobros de 60 días, con el criterio del Pliego para el cobro de las subvenciones.
- Incremento anual estimado del 1,75% en Gastos de Personal con aquellas subidas del IPC u otras exigidas por convenio.
- Aplicación del IPC del 1,5% en los conceptos de gasto: arrendamientos, adquisición de derechos, producciones externas y algunas partidas de gastos corrientes.

En cuanto al Plan de Inversiones para la puesta en marcha de la emisora, el licitador identifica 25 actuaciones de inversión, por un importe de 4.639.744,72 euros, amortizándose dentro de los 5 años de duración del servicio y con una financiación inicial de un préstamo puente de los socios. Destacan por cuantía las siguientes actuaciones:

- Unidades móviles: 1.400.000 euros.
- Redacción y equipo de noticias: 408.025,24 euros.
- Estudio y control de programa: 393.190.53 euros.
- Control central, recepción satélite y red de enlaces: 260.887,65 euros.

El Plan de financiación propone la siguiente estructura financiera:

- Aportación de fondos propios por un importe de 3.500.000 euros, a través de un préstamo participativo realizado directamente por parte de los socios, cuya devolución quedará subordinada al cumplimiento de las obligaciones de tesorería. En este punto se hace referencia a las cartas de compromiso de los socios de TCERO





para la financiación del proyecto indicadas más abajo. Nada se dice acerca de la cifra de Capital Social ni puede deducirse a partir del Balance de Situación.

- Financiación ajena a través de un préstamo bancario por un importe de 4.500.000 euros. Para poder hacer frente a las inversiones necesarias durante el periodo de negociación del préstamo bancario, que se estima en seis meses, parte de los socios que conforman la estructura accionarial de la empresa licitadora, se comprometen a otorgar a Audiovisuales TCERO, S.A. un “préstamo puente”, por una cuantía igual a la del préstamo bancario. Asimismo, dentro de la financiación ajena se contempla la solicitud de una línea de crédito por un límite máximo de 2.000.000 euros, para ajustar los flujos de caja del proyecto, que en el escenario base contemplado no se estima que vaya a ser necesaria.

En acreditación de lo expuesto aporta la siguiente documentación:

- Documento emitido con fecha 24 de junio de 2020 por la sociedad Grupo Corporativo Fuertes, S.L., como accionista de Audiovisuales TCERO, S.A., donde se compromete a facilitar a Audiovisuales TCERO, S.A. un préstamo por un importe de 1.303.790,98 euros, que será amortizado cuando el licitador consiga financiación bancaria por un importe total de 4.500.000 euros. Y, con carácter adicional, un préstamo participativo, que de ser necesario se mantendría durante la vigencia del concurso, hasta un importe máximo de 1.014.059,65 euros.
- Documento emitido con fecha 24 de junio de 2020 por la sociedad Pepal 2002, S.L., como accionista de Audiovisuales TCERO, S.A., donde se compromete a facilitar a Audiovisuales TCERO, S.A. un préstamo por un importe de 1.303.790,98 euros, que será amortizado cuando el licitador consiga financiación bancaria por un importe total de 4.500.000 euros. Y, con carácter adicional, un préstamo participativo, que de ser necesario se mantendría durante la vigencia del concurso, hasta un importe máximo de 1.014.059,65 euros.
- Documento emitido con fecha 24 de junio de 2020 por la sociedad Mediterránea de Inversión Grupo 4, S.L., como accionista de Audiovisuales TCERO, S.A., donde se compromete a facilitar a Audiovisuales TCERO, S.A. un préstamo por un importe de 1.303.790,98 euros, que será amortizado cuando el licitador consiga financiación bancaria por un importe total de 4.500.000 euros. Y, con carácter adicional, un préstamo participativo, que de ser necesario se mantendría durante la vigencia del concurso, hasta un importe máximo de 1.014.059,65 euros.
- Documento emitido con fecha 24 de junio de 2020 por la sociedad Grupo Empresarial Zambudio, S.L., como accionista de Audiovisuales TCERO, S.A., donde se compromete a facilitar a Audiovisuales TCERO, S.A. un préstamo por un importe de 588.627,05 euros, que será amortizado cuando el licitador consiga financiación bancaria por un importe total de 4.500.000 euros. Y, con carácter adicional, un préstamo participativo, que de ser necesario se mantendría durante la vigencia del concurso, hasta un importe máximo de 457.821,04 euros.





Además, como complemento de la documentación anterior y en prueba de la capacidad de obtención de recursos financieros ajenos, el licitador aporta documentos emitidos por Bankia, S.A., Bankinter, S.A., Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A., Caixabank, S.A. y Cajamar Caja Rural, en los que se refleja un interés en financiar las inversiones a realizar por el licitador para llevar a cabo la ejecución del presente proyecto, previo análisis de las mismas y posterior aprobación por parte de las entidades financieras.

Comparado con el resto de ofertas, la actual presenta el mayor ratio de endeudamiento con una relación Recursos Propios / Recursos Ajenos del 35%.

En cuanto a la previsión de Ingresos y Gastos se comprueba el cumplimiento de las siguientes condiciones:

- Los ingresos por compensación de servicio público se ajustan a los importes del Pliego (12.809.917,20 euros sin IVA para anualidades completas).
- En cuanto al destino del 25% de estos ingresos a productoras regionales independientes, no aparece expresamente reflejado entre los conceptos de gasto, si bien podría suponerse por cuantía y naturaleza del gasto que figure dentro del 'Coste de la parrilla', cuyo importe para el primer año asciende a 3.425.514,54 euros.
- Se destina un 6% de los ingresos totales a la financiación de producción europea.
- Los Gastos de Personal se incrementan al 1,75% anual durante los cinco años.

La previsión global de ingresos que plantea el licitador, al margen de la compensación por la prestación del servicio público, oscila entre 1.594.710,04 euros para el primer ejercicio y 2.490.600,99 euros en el último ejercicio, presentando un incremento sostenido en los ejercicios intermedios, y procede de múltiples fuentes, cuya descripción figura detallada en la propuesta, pudiéndose resumir en los siguientes conceptos principales:

- Publicidad convencional.
- Publicidad especial.
- Publicidad digital.
- Creación de contenido.
- Alquileres.
- Otras iniciativas.

En el apartado relativo a la publicidad convencional, el licitador vuelve a referenciar el acuerdo de colaboración con la empresa Portavoz Comunicaciones Integradas, S.L., por el que ambas partes entienden que la colaboración futura resulta importante si bien no recoge actuaciones concretas.

Asimismo, en relación con la comercialización de contenidos producidos en Murcia para otras televisiones, se hace referencia a la existencia de un acuerdo con la empresa Media Solutions Partners, S.L., que en relación a lo expuesto, únicamente adquiere el compromiso de valorar la





posibilidad de comercialización externa de distintos contenidos de producción propia realizados en la Región de Murcia para 7TV.

La siguiente tabla muestra la comparativa en Ingresos entre el Estudio de Viabilidad EF CARM y la oferta del licitador:

**Previsión de Ingresos - Estudio Viabilidad EF CARM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Prestación de Servicios	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917	12.809.917
Ingresos por Publicidad	1.302.822	1.275.280	1.247.097	1.207.066	1.156.249
Otros Ingresos	29.694	29.694	29.694	29.694	29.694
<b>Total Ingresos</b>	<b>14.142.433</b>	<b>14.114.891</b>	<b>14.086.708</b>	<b>14.046.677</b>	<b>13.995.860</b>

**Previsión de Ingresos - TCERO**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Prestación de Serv. (Subvenciones)	12.809.917,20	12.809.917,20	12.809.917,20	12.809.917,20	12.809.917,20
Ingresos por Publicidad	1.292.210,04	1.602.175,89	1.786.281,28	1.935.492,40	2.081.904,42
Otros Ingresos	302.500,00	340.592,50	373.488,89	392.839,97	408.696,57
<b>Total Ingresos</b>	<b>14.404.627,24</b>	<b>14.752.685,59</b>	<b>14.969.687,37</b>	<b>15.138.249,57</b>	<b>15.300.518,19</b>

Los Ingresos por publicidad del licitador se sitúan un 40,55% por encima del Estudio de Viabilidad EF CARM para el conjunto de 5 años, en tanto que la cifra de Otros Ingresos sólo para el ejercicio 2022 (302.500 euros) duplica la estimación del Estudio de Viabilidad EF CARM para toda la concesión (148.470 euros). No obstante, la cifra de Otros Ingresos supone el 2,44% del Total de Ingresos para los 5 años.

Esta partida de Otros Ingresos presenta el siguiente desglose, donde el importe de Alquileres de Instalaciones y Material representa sobre el 65%:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Creación Contenidos	47.500,00	47.500,00	66.250,00	76.900,00	83.500,00
Alquileres	215.000,00	243.092,50	246.738,89	250.439,97	254.196,57
Otras Iniciativas	40.000,00	50.000,00	60.500,00	65.500,00	71.000,00
<b>Total Otros Ingresos</b>	<b>302.500,00</b>	<b>340.592,50</b>	<b>373.488,89</b>	<b>392.839,97</b>	<b>408.696,57</b>

En relación con el resto de ofertas, la cifra de Ingresos por publicidad se sitúa un 14% por encima de la media y en cuanto a Otros Ingresos un 51% por debajo de la media si incluimos las cinco ofertas y un 23% excluyendo aquella manifiestamente desproporcionada.

La previsión global de gastos oscila entre 12.962.529,25 euros para el primer ejercicio 13.223.948,98 euros para el último ejercicio. Entre los gastos cabe destacar los de personal que oscilan entre 3.621.738,00 euros (Año 1) y 3.881.992,59 euros (Año 5), con un crecimiento fijo anual del 1,75%. Los gastos de personal, no desglosados en la oferta en Sueldos y Cargas Sociales, se sitúan un 10,90% por encima del Estudio de Viabilidad EF CARM, sin explicación aparente.

23/11/2021 11:44:29 MARTINEZ-LOZANO MARTINEZ, FRANCISCO  
23/11/2021 11:41:26 MARTINEZ-LOZANO MARTINEZ, FRANCISCO  
23/11/2021 11:27:05 OLIVA BERNAL, ALEJANDRO  
23/11/2021 11:27:05 OLIVA BERNAL, ALEJANDRO

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-611c060-44a-4681-8382-00505096280





**Previsión de Gasto - Estudio Viabilidad EF CARM**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	2.514.676	2.558.683	2.603.460	2.649.021	2.695.378
Cargas Sociales	751.134	764.279	777.654	791.262	805.110
<b>Total Gastos Personal</b>	<b>3.265.810</b>	<b>3.322.962</b>	<b>3.381.114</b>	<b>3.440.283</b>	<b>3.500.488</b>

**Previsión Gastos - TCERO**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	SIN DESGLOSE				
Seguridad Social					
<b>Total Gastos Personal</b>	3.621.738,00	3.685.118,42	3.749.607,99	3.815.226,13	3.881.992,59

La presentación de los datos relativos a la previsión de gastos de forma desagregada resulta clarificadora, sin embargo, no permite una comparación directa con el Estudio de Viabilidad EF CARM al presentar distinta clasificación.

Los Gastos Totales se sitúan un 2,20% sobre la media de Gastos de las ofertas presentadas. Sin embargo en términos de Resultados acumulados en los 5 años, presenta la segunda mejor cifra con 7.142.219 euros.

La propuesta incluye un Plan de Tesorería que explicita las principales hipótesis planteadas, entre las que figuran:

- Periodo medio de cobro de la subvención según Pliego.
- Período medio de cobro de otros ingresos de 30 días.
- Período medio de pago de 30 días, excepto los salarios pagados en el momento.
- Préstamo participativo a 5 años, subordinado a la situación de la tesorería.
- Préstamo bancario a 5 años.

El Flujo de Caja Libre presenta cifras positivas en los 5 años del contrato, con importes de 1.093.603,24 euros en el primer año y 902.003,97 euros en el último año.

El Balance de Situación muestra la previsible evolución de las partidas de Activo y Pasivo, observándose la coherencia de las cifras expuestas con las contenidas en el Plan de Tesorería y la Cuenta de Resultados, si bien en los Fondos Propios figuran las Aportaciones de Socios vía préstamo participativo pero no la cifra de Capital Social. Carece de sentido desde una perspectiva contable que no exista una partida de Capital Social en el Neto del Balance, con unas Aportaciones de Socios decrecientes año a año hasta llegar a un valor cero al final del año 5. Los Resultados del ejercicio se incorporan cada año a Reservas, no produciéndose distribución de dividendos.

La Cuenta de Resultados muestra Resultados netos positivos en todos los ejercicios, con un Margen neto que oscila entre el 7,51% para el primer ejercicio y el 10,18% para el último ejercicio, presentando un incremento sostenido en los ejercicios intermedios, mostrando el licitador, la intención de reinvertir los beneficios superiores al 6% en mejorar las condiciones de trabajadores y productoras. La Cuenta de Resultados ofrece las siguientes cifras de márgenes:





- Margen EBITDA Medio: 19,86%
- Margen antes de Impuestos Medio: 12,75%
- Margen Neto Medio: 9,56%.

Por último, la propuesta muestra de forma gráfica la evolución del EBITDA, BAI y Resultado Neto a lo largo del periodo contractual y un análisis de sensibilidad de los ratios Margen EBITDA Medio, Margen antes de Impuestos Medio y Margen Neto Medio ante variaciones de i) Audiencia, ii) Subvención y iii) Coste de la parrilla, al ser las variables determinantes de la viabilidad del proyecto. El planteamiento de estas hipótesis incluye reducciones con relación al presupuesto base de licitación, incumpliendo las directrices del presente criterio de adjudicación.

Con variaciones del +10% y -10% de las anteriores variables, se obtienen las siguientes cifras de márgenes:

- Margen EBITDA Medio: 17,30%
- Margen antes de Impuestos Medio: 9,95%
- Margen Neto Medio: 7,46%.

Concluye que incluso en los escenarios más desfavorables de Ingresos y Gastos el Margen Neto Medio es siempre positivo, demostrando la solvencia del proyecto presentado y la posible flexibilización de partidas de gasto para adecuarlo a disminuciones de ingresos.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se concluye que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 4 puntos**.

La siguiente tabla muestra la puntuación obtenida por los licitadores en cada uno de los criterios de adjudicación relativos a la viabilidad económica:

CRITERIO DE ADJUDICACIÓN	VALORACIÓN MÁXIMA DEL CRITERIO	UTE BAINET	CBM	NOW	PROMEAL	TCERO
Análisis y conocimiento del sector de la TDT	3	0,75	2,25	0,75	0,75	1,5
Fuentes de ingresos adicionales	4	1	3	2	1	2
Coherencia e idoneidad del Plan de negocio	8	2	6	0	2	4
<b>PUNTUACIÓN TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>3,75</b>	<b>11,25</b>	<b>2,75</b>	<b>3,75</b>	<b>7,50</b>





Se adjuntan tablas comparativas de las distintas ofertas y Estudio Viabilidad EF CARM con las magnitudes más relevantes.

#### Estados Financieros aportados

	UTE BAINET	CBM	NOW	PROMEAL	TCERO
Plan Inversiones	SI	SI	SI	SI	SI
Plan Financiación	SI	SI	NO	SI	SI
Plan Tesorería	SI	SI	NO	SI	SI
Balances Situación	SI	SI	NO	SI	SI
Cuentas Resultados	SI	SI	SI	SI	SI
Análisis Económicos	SI	SI	NO	SI	SI

#### Inversiones

	CARM	UTE BAINET	CBM	NOW	PROMEAL	TCERO
Inversión Inicial	9.250.000	3.940.000	9.184.526	1.844.000	6.587.120	4.639.745
Inversiones anuales	214.000		200.367			

NOW: Además de la inversión propuesta, utilización de infraestructuras y medios técnicos de TV Murciana, así como sus propios medios móviles de grabación y transporte de señal (Sin Cuantificar)

#### Plan Financiación

	UTE BAINET	CBM	NOW	PROMEAL	TCERO
Recursos Propios	3.940.000	6.000.000	N.D.	4.500.000	3.500.000
Recursos Ajenos	5.000.000	614.025	N.D.	2.500.000	6.500.000

#### Ingresos - Estudio Viabilidad EF CARM y Ofertas

Años 1 a 5	CARM	UTE BAINET	CBM	NOW	PROMEAL	TCERO
Prestación de Servicios	64.049.585	64.049.586	64.049.586	64.049.585	64.049.585	64.049.585
Ingresos por Publicidad	6.188.514	6.500.000	9.184.526	7.150.000	6.587.120	8.698.063
Otros Ingresos	148.470	9.128.443	5.304.808	920.000	1.415.000	1.818.218
<b>Total Ingresos</b>	<b>70.386.569</b>	<b>79.678.028</b>	<b>78.538.919</b>	<b>72.119.585</b>	<b>72.051.705</b>	<b>74.565.866</b>





Previsión de Gastos - Estudio Viabilidad EF CARM Y Ofertas

Años 1 a 5	CARM	UTE BAINET	CBM	NOW	PROMEAL	TCERO
Aprovisionamientos	33.861.682	22.389.080	32.511.925	30.743.802	34.149.896	34.851.760
Gastos Personal	16.910.657	16.910.689	21.372.954	28.104.311	19.515.998	18.753.683
Otros Gastos Explotación	8.043.366	3.367.960	12.578.223	1.617.127	8.829.512	6.153.121
Amortizaciones	9.250.000	3.940.000	6.882.244	1.840.800	6.750.000	4.639.745
Gastos Financieros	1.450.755	524.955	277.770	796.667	79.500	652.500
<b>Total Gastos</b>	<b>69.516.460</b>	<b>47.132.684</b>	<b>73.623.116</b>	<b>63.102.707</b>	<b>69.324.906</b>	<b>65.050.809</b>

TCERO: En Aprovisionamiento figuran los Gastos correspondientes a "Estructura" y "Parrilla" excepto "Gastos de Personal"

MAS FERRER, JUAN ANTONIO 23/11/2021 11:27:03 OLIVA BERNAL, ALEJANDRO 23/11/2021 11:41:26 MARTINEZ LOZANO MARTINEZ, FRANCISCO 23/11/2021 11:44:29

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-611c060-44a-4681-8382-005050946280





## 6.2. Valoración de los criterios sobre la programación (hasta 15 puntos)

En este apartado se valoran, para todas las empresas que han presentado ofertas, los criterios de adjudicación relativos a la programación y cobertura informativa, programación deportiva, programación regional y a la parrilla de programación.

Con carácter general, según lo dispuesto en el PCAP, se valorará la programación ofertada en todo aquello que mejore los requisitos mínimos de acuerdo con lo indicado en el apartado B del Anexo 2 del PPT. Se formulará compromiso de prestar el servicio contratado que cubra los programas de servicio público, con un mínimo de 60 horas semanales, es decir, 3.128 horas anuales, excluyéndose de su cómputo la publicidad, la autopromoción, las cortinillas o los patrocinios, así como el resto de programación, que podrá ser propia o ajena, permitiéndose la redifusión de programas ya emitidos fuera del horario de servicio público. La programación mínima diaria se establece en 16 horas (de 8:00 a 00:00).

### 6.2.1. Programación y cobertura informativa (hasta 6 puntos)

La valoración de este criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a estos motivos: *“La programación de servicio público debe basarse en la programación informativa, por tanto, se valorará la calidad y la variedad de la misma, así como una mayor oferta. Se valorarán, además, los medios con los que el licitador asegure la cobertura informativa detallada en el apartado D del Anexo 2 del PPT, y las agencias de noticias que prevea contratar de acuerdo con el apartado E del Anexo 2 del PPT”.*

#### a) Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET

[Programación y cobertura informativa]

El licitador presenta la propuesta con el compromiso de prestar el servicio durante las 24 horas del día, sin redifusiones, y de dedicar 56 horas semanales a los contenidos informativos, que serán producidos directamente por la UTE licitadora, mientras que el resto de contenidos se encargará a las productoras murcianas.

A continuación, antes de presentar junto al resto de la programación de servicio público su oferta informativa, expone los principios y objetivos globales de la programación ofertada, en sintonía con los requisitos del PPT, así como los compromisos que asume la UTE, unos valores a aplicar en consonancia con estos principios y objetivos, entre los que destacan el énfasis en la proximidad, la pluralidad y diversidad, el respeto con todas las sensibilidades, la transversalidad o la austeridad; y las estrategias de la parrilla que posteriormente ofrecerá, que se abordarán en el apartado correspondiente.

Aborda después la UTE en un bloque todos los programas de servicio público, volviendo a incidir en los principios y objetivos ya plasmados, y ofrece una primera parrilla en la que se refleja esa fuerte presencia de los informativos ya reseñada (56 horas semanales), muy por encima de las establecidas en el apartado B del Anexo 2 del PPT (un mínimo de 24 horas semanales).





Entrando ya propiamente en el desglose de sus servicios informativos, la UTE ofrece una breve descripción de todos los programas que componen estos servicios, entre los que incluye los de información deportiva. A través de fichas, señala de forma escueta generalidades sobre sus programas informativos, resultando insuficiente para poner de manifiesto el grado de elaboración que presenta la programación ofertada, no siendo, por lo tanto, lo esperado para encauzar la ejecución.

En su programación destaca que, a las ediciones más consolidadas e incluidas casi todas en el resto de ofertas (Matinal, Mediodía, Tarde y Noche), el licitador suma un informativo local y comarcal de 30 minutos antes de las ediciones de Mediodía y Tarde, así como un Rodillo Informativo todas las madrugadas, de tres horas (de 4:00 a 7:00), en bucle, a modo de canal 24 horas.

Estas dos propuestas, interesantes en sí como servicio público de una televisión autonómica, están apenas enunciadas, sin desarrollar ni concretar particularidades sobre cómo hacer programas de esa magnitud.

En el caso del informativo local y comarcal, además, no se especifica si será un informativo común, pero enfocado a cuestiones municipales, o será una desconexión comarcal, con todo lo que conllevaría técnica e informativamente, aunque sí se especifica que también incluiría información deportiva. Para elaborar este informativo solo se hace referencia a las diferentes delegaciones de las que se dispondrá repartidas por toda la Región pero, para obtener más información sobre ellas, se debe acudir a los criterios sobre instalaciones, apartado relativo a la presencia geográfica, donde se expone que se contará con 40 puntos de presencia geográfica en distintos municipios de la Región, cinco de ellos denominados centros de producción y el resto corresponsalías, definiendo su emplazamiento y la comarca a la que están asociados, sin que se aporte ningún compromiso de prestación de servicios con las empresas o profesionales encargados de prestar el servicio, lo que le resta concreción en relación con otras ofertas.

El caso del rodillo informativo, con un presentador, exige además unos requisitos para mantener activa la redacción durante toda la madrugada que no están recogidos en este apartado del Sobre 2, y tampoco vienen respaldados en los apartados referentes a la viabilidad económica y a la estructura organizativa y los medios humanos.

En cambio, el Informativo Matinal ocupa solo una hora (8:00-9:00), dividida en dos bloques de información, en un momento del día en el que se valora que el servicio público de una televisión pública autonómica requiere de una oferta informativa más amplia.

Además, no está suficientemente fundamentado que se incluya un informativo deportivo diario de media hora (Deportes 7, 15:30), justo después de que en el informativo de mediodía, de una hora y media de duración, se haya ofrecido también información deportiva, con presentador propio. En su propuesta, la UTE especifica que 'Deportes 7' "versará sobre los deportes locales y regionales, a diferencia que en los informativos generales". De ese dato se puede desprender que en los informativos generales (mediodía y tarde) los deportes estarán centrados en la actualidad nacional e internacional, un contenido que no se aprecia como apropiado para una televisión pública autonómica.





El otro programa informativo incluido en la oferta también es deportivo ('El Marcador', los lunes a las 22:00) y se centra en el deporte murciano, a modo de resumen semanal, aunque también está apenas esbozado: una tertulia entre periodistas de la Región de Murcia que actuarán como *opinadores*.

La estructura semanal de su programación informativa sería la siguiente:

ESTRUCTURA SEMANAL DE LA PROGRAMACIÓN INFORMATIVA – UTE BAINET			
PERIODICIDAD	DURACIÓN	FRANJA EMISIÓN	DENOMINACIÓN
L-V	60 min.	08:00h-09:00h	Informativo matinal + 'Meteo' + Deporte
L-V	30 min.	13:30h-14:00h	Informativo mediodía local-comarcal + Deporte local
L-V	90 min.	14:00h-15:30h	Informativo mediodía + 'Meteo' + Deporte
L-V	30 min.	15:30h-16:00h	Deportes 7
L-V	30 min.	19:30h-20:00h	Informativo local y comarcal tarde + Deporte local
L-V	60 min.	20:00h-21:00h	Informativo tarde + 'Meteo' + Deporte
L-V	60 min.	00:00h-01:00h	Informativo noche + 'Meteo' + Deporte
L-D	180 min.	04:00h-07:00h	Rodillo informativo
S-D	60 min.	14:00h-15:00h	Informativo mediodía
S-D	60 min.	20:00h-21:00h	Informativo tarde
L <sup>1</sup>	60 min.	22:00h-23:00h	El Marcador

<sup>1</sup> El programa 'El Marcador' únicamente se emite los lunes y está dedicado a la información deportiva regional, y al estar también incluido en el apartado referente a la programación deportiva no se computará en este apartado

El cómputo de horas informativas, muy por encima de las exigidas en el PPT, aparece desvirtuado, ya que no se indica expresamente, ni se desprende de la propuesta, que se trate de horas netas, es decir, excluyéndose de su cómputo la publicidad, la autopromoción, cortinillas o los patrocinios que se inserten durante el horario de servicio público, tal y como expresa el PPT. No obstante, teniendo en cuenta el número de horas ofertado, se puede inferir que el número de horas netas de programación informativa se mantendrá muy por encima del número mínimo de horas exigido en el PPT, por lo que se puede valorar la solución propuesta para el presente criterio de adjudicación.

Según lo dispuesto en el PPT, el licitador se compromete a no subcontratar la labor periodística de los programas de tipo informativo (diarios de mañana, tarde o fin de semana, los informativos semanales y los programas de debate político, en especial los ligados a debates electorales en las elecciones autonómicas y municipales), y expone asimismo que a través de los equipamientos que se aseguran en la propuesta de instalaciones y medios materiales y técnicos podrá cubrir las coberturas informativas que se exigen en el apartado D del Anexo 2 del PPT.

Por otro lado, la oferta pone de manifiesto que, por medio de la contratación de agencias de noticias, el licitador obtendrá los textos, imágenes y audios para la confección de las noticias de ámbito regional, nacional e internacional. Así, en el ámbito internacional, indica que contará con las agencias Reuters, APTN y France Press; entre las agencias nacionales con vídeo, con Atlas España y FORTA; y entre las nacionales con teletipo, con EFE, Europa Press, Colpisa y Servimedia, sin que se aporte ningún compromiso de prestación de servicios o documentación que ponga de manifiesto una futura relación comercial, lo que resta concreción en relación con otras ofertas.





Como conclusión, se puede indicar que la propuesta realiza una escasa definición de la programación y cobertura informativa como para evaluar su calidad y variedad, aunque exponga una mayor oferta, ni muestra aspectos tan relevantes como el saber hacer en materia de cobertura de sucesos extraordinarios. Además, no ofrece detalles precisos para asegurar la cobertura informativa prevista en el apartado D del Anexo 2 del PPT, ni compromisos para la contratación de las agencias de noticias, de acuerdo con el apartado E del mismo anexo.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga una puntuación de **1,5 puntos**.

**b) Propuesta relativa a la empresa CBM**  
*[Programación y cobertura informativa]*

El licitador inicia la exposición del criterio de adjudicación sobre la programación con un planteamiento general y una planificación estratégica. Para ello hace referencia al informe 'Análisis de situación de audiencia de la cadena: 7 TV Región de Murcia' realizado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media, que se acompaña como Anexo a la propuesta, y que muestra y analiza los resultados de audiencia de la cadena para extraer conocimiento sobre el comportamiento de sus espectadores y detectar sus fortalezas y oportunidades de programación. El informe señala, entre otros datos, que desde el inicio de la gestión por CBM de la televisión autonómica en 2015, la cadena ha mejorado en 2,7 puntos su cuota media de temporada, y alcanzó en la última temporada analizada su cuota media máxima, un 5%.

En este contexto, se explicita que los mejores resultados de audiencia se obtienen en las franjas de mañana, sobremesa y tarde y, según el licitador, este éxito es debido a los programas informativos, que lo han consolidado como referente informativo. Indica, además, que la edición de sobremesa de lunes a viernes ha conseguido competir con el resto de los informativos nacionales, siendo el cuarto informativo más visto, a una décima de La Sexta y por delante de La 1 y de Cuatro.

En relación con el indicador del Contrato Programa de alcanzar el 2,5% de cuota media anual para la cadena y superar en 2 puntos a la media anual de la cadena con sus informativos, el licitador asegura que ambos objetivos se han alcanzado, tal y como ponen de manifiesto las cuotas medias del ejercicio 2020, con un 4,1% para la cadena y un 8% de cuota de pantalla que promedian de lunes a domingo las ediciones principales de los informativos.

Para el aseguramiento de la cobertura de programas informativos, establecida en el apartado B del Anexo 2 del PPT, el licitador plantea una estructura que ofrece 1.624 horas anuales netas (sin publicidad) en directo de servicios informativos, superando en 376 horas el mínimo establecido en el PPT. En concreto, entre los meses de septiembre y junio se proponen 32 horas y 45 minutos a la semana, mientras que en los meses de julio y agosto se proponen 29 horas a





la semana. Además de los servicios informativos, el licitador suma a su oferta dos espacios diarios de información en diferido, 'El día en imágenes' (espacio con las imágenes de actualidad de la jornada, sin comentarista) y 'Fuentes oficiales' (espacio que ofrece las ruedas de prensa, mensajes oficiales o comparencias extraordinarias, procedentes de las instituciones públicas), con lo que el total de horas anuales de contenido informativo asciende a 2.160.

En relación con los códigos de identidad editorial, el licitador se compromete a seguir el Manual de estilo que elabore Radiotelevisión de la Región de Murcia, ofreciéndose a colaborar con el Ente Público en las tareas necesarias para su construcción, y aporta una guía de estilo, mientras se cierra ese Manual, para fortalecer la independencia editorial de los informativos, basado en los existentes en otras televisiones autonómicas y adaptado a su experiencia. Asimismo, se propone la elaboración para 7 TV de un Estatuto de redacción, basado en el Código europeo de deontología del periodismo, donde se especifique que opinión no es información y donde se articulen los instrumentos que ordenan las relaciones entre los diferentes agentes que intervienen en la configuración del producto informativo. Por otro lado, la propuesta contiene un certificado emitido por el Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia donde se acredita que el director de informativos de la televisión autonómica de la Región ha participado en la elaboración del 'Manual de Tratamiento Informativo de la Violencia de Género', editado por la Fundación Asociación de la Prensa de la Región de Murcia. El licitador expone que trabaja activamente por la igualdad de oportunidades y hace referencia a su participación en los observatorios de igualdad y contra la discriminación por orientación sexual e identidad de género de la Región de Murcia. Por último, se aduce al 'Sello de Comunicación Responsable', otorgado al licitador por el Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia, que acredita el compromiso con el Código deontológico de la profesión periodística.

La escaleta que propone el licitador para la programación informativa está compuesta en un 80% por información local y regional, un 10% por información nacional y otro 10% por información internacional. Con un enfoque regional, el licitador destaca la importancia otorgada a la información procedente desde la Unión Europea, a través del seguimiento de las delegaciones de la Región de Murcia a Bruselas, eurodiputados y la Oficina de la Región en Bruselas. Asimismo, pone de manifiesto la cobertura de eventos de miembros de la sociedad civil regional en cualquier punto de España y a nivel internacional, y muestra como ejemplos imágenes de coberturas informativas realizadas en Madrid, Ciudad del Vaticano y Berlín.

La propuesta muestra el proceso y la forma de tratamiento de la información para que una sola noticia se muestre en diferentes soportes: canal TDT, canal en *streaming*, Twitter, Instagram, Facebook y YouTube.

En el ámbito de la programación y cobertura informativa, el licitador también destaca la elevada interacción, a través de llamadas y correos electrónicos, con los ciudadanos de la Región de Murcia, para proponer posibles reportajes y material audiovisual. En este contexto de indicadores de valor social, se aportan acuerdos de colaboración con la Universidad Católica San Antonio, Universidad Politécnica de Cartagena, Universidad de Murcia y Centro Universitario de la UNED en Cartagena, que tienen como objetivo el desarrollo de proyectos de interés común en el ámbito de la educación y los medios de comunicación audiovisual, incluyendo generación de contenidos audiovisuales, a concretar con posterioridad a la adjudicación del contrato. Asimismo, se aporta un acuerdo con el Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia





donde se expone que, como fruto de un acuerdo anterior, el licitador ha incorporado a su plantilla periodistas y comunicadores audiovisuales colegiados y que estos ocupan puestos de responsabilidad directiva (dirección de informativos, editores, dirección de comunicación), pretendiendo la renovación del compromiso de relación institucional para la formación, promoción y desarrollo profesional de los colegiados.

El licitador plantea una redacción central ubicada en Molina de Segura para la coordinación de toda la información y siete delegaciones territoriales en su propuesta televisiva, cinco de ellas ubicadas en el ámbito territorial de la Región (Cartagena, Vega del Guadalentín, Mar Menor, Noroeste y Altiplano), una en Madrid y otra en Bruselas. En la propuesta figuran acuerdos de colaboración que incluyen compromisos expresos de actuación como delegación con productoras de contenidos audiovisuales para cada una de las siete delegaciones propuestas, con objeto de prestar servicios de captación de imágenes y producción de contenido, especialmente informativo.

Además, para todas las delegaciones ubicadas en el ámbito territorial de la Región de Murcia se especifica su emplazamiento, las localidades que abarcan y el tipo de información que aportan, incluyendo acuerdos con diferentes reporteros, por medio de los cuales se comprometen a participar en la producción de noticias en el ámbito de las citadas delegaciones. Según la propuesta, esta estructura descentralizada le permite una respuesta casi inmediata ante cualquier hecho noticioso en el ámbito regional, al tener tiempos máximos de desplazamiento de 30 minutos, y contar con la posibilidad de emitir en directo en todas las delegaciones.

En relación a la conectividad de los servicios informativos, el licitador manifiesta que tienen presencia en toda la Región a través de equipos propios y la red de delegaciones, y cuenta, además, con señales oficiales procedentes de dentro y fuera de la Región de Murcia que le proporcionan imagen en directo (Palacio de San Esteban, Asamblea Regional, instituciones de la UE, Congreso de los Diputados, Senado, Palacio de la Moncloa, FORTA, instalaciones deportivas, mochilas 4G/5G, etcétera) y un sistema de webcams distribuidas por la geografía regional que también proporcionan imagen en directo.

El licitador también destaca las sinergias de trabajo con la emisora pública Onda Regional, a través de una ventana de directo durante el informativo matinal y compartiendo audios informativos, aportando al respecto una declaración responsable relativa al citado compromiso de colaboración. Asimismo, enfatiza la presencia en la escaleta de las emisiones en directo, exponiendo que en todas las ediciones de informativos los redactores las incluyen. En este ámbito, y como complemento del equipo *broadcast* del que dispone, también utiliza videollamadas a través de las plataformas *Skype*, *Zoom* y *Whatsapp*, para realizar entrevistas en directo, indicando que estas herramientas ayudan a ser más efectivos en situaciones extraordinarias.

La propuesta incluye el flujo de trabajo del Plan de producción de todos los informativos, a través de una agenda diaria de previsiones y grabaciones denominada escaleta maestra de asignaciones 'EMA', aportando una imagen de la misma.

En relación con las agencias de noticias, la oferta asegura que se recibirá material audiovisual a través de EFE TV, Europa Press, del servicio de información de televisión de la Unión Europea





gestionado por la Comisión Europea 'Europe by satellite' (EbS), y de FORTA, mediante la red de intercambio de noticias y el suministro de señales institucionales. Asimismo, el licitador suministrará y se nutrirá de contenidos de la agencia de noticias Wikono, que ofrece la posibilidad de realizar coberturas a nivel nacional e internacional, posibilita el acompañamiento de delegaciones murcianas por cualquier parte del mundo, y suministra material audiovisual para informativos y programas especiales. La propuesta también incluye la utilización de herramientas de Social Listening para hacerse eco de hechos noticiables que puedan surgir en cualquier punto de la Región y darle visibilidad desde los canales de la televisión autonómica. En relación con lo expuesto, se aportan compromisos expresos de prestación de servicios por parte de Europa Press Delegaciones, S.A. como agencia de noticias y por parte de CBMEDIA Servicios de producción, S.L.U. para la producción de contenidos informativos y grabación de imágenes con equipos 'ENG'.

El licitador expone que para la elaboración de los servicios informativos cuenta con un equipo propio compuesto por profesionales de todas las áreas (realización, grafismo, equipo técnico, producción y redacción) que garantiza el servicio sin depender de terceros. Para la confección, montaje y posproducción de sus propias noticias utiliza el software 'Avid Media Composer' que, según la propuesta, garantiza la cobertura total de cualquier acontecimiento o hecho relevante. Asimismo, la cobertura de la agenda institucional del presidente del Gobierno regional, así como de los líderes de todos los partidos políticos con representación en la Asamblea Regional, se compromete explícitamente, y se producirá de forma directa por el licitador. Las coberturas propuestas incluyen la presidencia de la Asamblea Regional y los órganos oficiales de la Comunidad Autónoma.

La propuesta alude al periodismo en movilidad, estableciendo varias formas de llegar a la noticia: mochilas 4G/5G, 'mojo', de tal forma que cualquier profesional de plantilla o de las productoras colaboradoras puede ser movilizado para realizar una cobertura si la excepcionalidad lo exige; creación de una aplicación específica para teléfonos móviles, con perfiles para reporteros y para ciudadanos, que permita el envío de material audiovisual; o utilización de aplicaciones móviles de amplio uso para videollamadas. Para reforzar lo expuesto, la propuesta incluye una extensa exposición de la cobertura informativa realizada en septiembre de 2019, sobre los episodios de fuertes lluvias acaecidos en la Región de Murcia provocados por una DANA, donde se expone el despliegue de conexiones en directo realizado y, en materia de audiencia, se pone de manifiesto que la televisión autonómica obtuvo una cuota de pantalla del 8,3% durante la semana del 9 al 15 de septiembre de 2019 y que alcanzó su cuota máxima diaria con un 18,5%, el viernes 13 de septiembre de 2019, y minutos de oro del día entre todas las cadenas, los días 12 y 13 del citado periodo. Asimismo, también figuran extensamente expuestas las coberturas informativas realizadas con ocasión de la manifestación de agricultores que tuvo lugar en Murcia el 21 de febrero de 2020, y durante el periodo de confinamiento domiciliario de la población motivado por la pandemia de covid-19.

La propuesta incluye la mejora del set de informativos, en el que se renovará el mobiliario y se instalará una gran pantalla *videowall* de 25 metros cuadrados, así como un nuevo plató virtual, con objeto de enriquecer las noticias en el día a día y en las coberturas especiales, que incluirá tres cámaras robotizadas tipo 'PTZ' y sus estaciones de producción, más una estación adicional para el diseño de fondos y escenarios.





Por otro lado, la propuesta también detalla la programación informativa a través de fichas bien perfiladas, donde se expone su contenido general y ciertas particularidades, como la colaboración con la Secretaría del Comité Polar Español, por la que se aportará material audiovisual y explicaciones sobre fenómenos atmosféricos.

Además, se muestra un amplio detalle sobre el contenido a través de una escaleta, y se propone la siguiente estructura semanal:

ESTRUCTURA SEMANAL DE LA PROGRAMACIÓN INFORMATIVA – CBM			
PERIODICIDAD	DURACIÓN	FRANJA DE EMISIÓN	DENOMINACIÓN
L-V	240 min.	08:00h-12:00h	La7 Noticias Matinal
L-V	90 min.	14:00h-15:30h	La7 Noticias 1
L-V	60 min.	20:00h-21:00h	La7 Noticias 2
S-D	60 min.	14:00h-15:00h	La7 Noticias Fin de Semana
S-D	60 min.	20:00h-21:00h	La7 Noticias Fin de Semana
L-D	30 min.	Madrugada	El Día en Imágenes
L-V <sup>1</sup>	90 min.	Madrugada	Fuentes Oficiales

<sup>1</sup> El programa ‘Fuentes Oficiales’ no se emite en el mes de agosto.

La estructura no difiere mucho de la que ofrece actualmente CBM para 7 TV, con un bloque matinal informativo muy amplio que conecta con el magazine de la mañana, y opta por la continuidad de un modelo que, como ha mostrado previamente con datos, ha cimentado su éxito en los programas informativos.

El licitador expone además un Plan de contingencia, que incluye una selección de imágenes históricas y una nutrida agenda con múltiples agentes para intervenciones en directo, que le permite interrumpir la emisión en cuestión de minutos y cubrir cualquier suceso extraordinario.

Asimismo, la propuesta, en un apartado denominado ‘Operativos especiales’, hace referencia a los especiales informativos (procesos electorales, tragedias naturales, crisis sanitarias, accidentes), donde expone con detalle la programación llevada a cabo por el licitador en este ámbito, a través de tres casos de estudio: Elecciones autonómicas de 2019, DANA de ese mismo año y pandemia por covid.

A continuación, la propuesta muestra la plataforma digital ‘La7 Noticias’ complementaria a la cadena de televisión, definiéndola como un nuevo canal de información de la actualidad de la Región de Murcia (web, aplicaciones, plataformas sociales y de audio), ideado no sólo para los habitantes del territorio regional sino para todos aquellos que viven fuera. Esta plataforma está constituida por tres bloques principales, el primero de ellos contiene una plataforma web informativa con dominio propio ‘www.La7noticias.es’ y elementos diferenciadores de diseño que identifiquen a la sección de noticias, integrada dentro de la web corporativa y una aplicación para dispositivos móviles que será una réplica del portal web, detallándose en la propuesta las secciones que contendrá y su contenido. El segundo bloque está dedicado a las redes sociales donde se pretende desarrollar una vía de comunicación específica para este contenido, caracterizado por la actualidad y la inmediatez. Así, se configuran perfiles activos con información actualizada independientemente de las ediciones de actualidad en la parrilla convencional, y se amplía la cobertura de antena con información que no tiene cabida en la escaleta de emisión lineal, donde la información figura estructurada por bloques (avances;





última hora; vuelve a ver; destacadas; y periodismo ciudadano). Además, se detalla el papel de los periodistas y las actuaciones que llevarán a cabo en la estrategia. Por último, el tercer bloque es el dedicado a la interacción con la ciudadanía, que posibilita la remisión de información y contenido audiovisual que podrá llegar a ser emitido en antena.

En materia de relaciones con el sector e inversión productiva, se indica que el modelo propuesto está basado en la colaboración con empresas audiovisuales independientes de la Región de Murcia que, para el caso de contenidos informativos, se circunscribe a la captación de imágenes sobre noticias en las diferentes localidades, para lo que cuenta con cinco productoras locales distribuidas estratégicamente (Cartagena, Lorca, Yecla, Caravaca y San Javier) con las que, como ya hemos reseñado, se incluyen en la propuesta compromisos expresos de actuación.

Para finalizar, y en cumplimiento de uno de los requisitos exigidos a las ofertas técnicas en el PCAP, la propuesta contiene un apartado denominado 'Cuadro de indicadores de cumplimiento', donde figuran requisitos e indicadores definidos en los pliegos en relación con la programación y cobertura informativa, un resumen de la propuesta realizada para cada uno de ellos y la referencia para su rápida identificación en la oferta.

Como conclusión, al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta realiza una extensa definición de la programación y cobertura informativa ofertada, pone de manifiesto su saber hacer, fundamentándose en los datos de audiencia para avalar la calidad del producto, siendo además la propuesta que mayor número de horas netas de programación propone, lo que conjuntamente puede ser considerado como una mejora de gestión. Además, la propuesta incluye un Plan de contingencia, y detalla de forma más exhaustiva que el resto de las ofertas los diferentes operativos especiales para la cobertura de sucesos extraordinarios. Por último, también cabe destacar la mayor concreción, con relación al resto de propuestas, para el cumplimiento de lo dispuesto en el apartado D del Anexo 2 del PPT, así como compromisos expresos de prestación de servicios en relación con las agencias de noticias a las que hace referencia el apartado E del citado anexo.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 4,5 puntos**.

### c) Propuesta relativa a la empresa NOW

*[Programación y cobertura informativa]*

El licitador inicia la exposición del presente criterio mostrando los principios generales de la programación, que apuestan por una propuesta de máximos respecto a las exigencias del PPT, y sus vectores estratégicos, en los que también se insiste en su objetivo de mejorar los requerimientos del pliego. Entre estos vectores, el licitador expone que los programas informativos son la columna vertebral de toda la parrilla y de su estrategia, y muestra su lema: 'Si algo ocurre en la Región de Murcia, está en 7 TV'.





Antes de entrar propiamente en el tratamiento de sus servicios informativos, NOW resalta que su parrilla estará volcada en los formatos y programas de servicio público, incrementando las 60 horas semanales del pliego a 114,5 horas, el 85% de los tiempos de parrilla, un incremento que también se refleja, asegura el licitador, en los programas informativos: de las 27 horas mínimas que exige el pliego se llega a las 67:30 ofertadas.

Las líneas maestras del diseño de la parrilla de informativos están basadas en la ampliación de la oferta de franjas de noticiarios diarios; la regionalización, de tal modo que el 70% de las noticias difundidas tienen como base la Región de Murcia; la competitividad; y la diversificación de los espacios netos de noticias. Entre la diversificación propuesta, se encuentra la conversión del boletín meteorológico en un programa independiente y con más contenido, una estructura transversal de deportes y nuevos formatos mixtos, al incorporar la señal del informativo matinal de Onda Regional a la antena de 7 TV, así como una sección fija de información medioambiental en el programa de actualidad de la tarde y una apuesta por la innovación.

Según se expone en la propuesta, la información de interés general podrá interrumpir cualquier emisión para dar paso a las noticias de alcance con la mayor brevedad posible, como en los casos de accidentes graves, terremotos, inundaciones, o incluso, la agenda institucional, sin que se detalle la forma de actuación ante una cobertura concreta.

El licitador expone que se pondrán los medios necesarios para garantizar todas las coberturas informativas relativas a las actividades de los representantes de la Región de Murcia en la vida nacional o internacional en todos los ámbitos, así como los sucesos relevantes dentro y fuera del ámbito de nuestra región y los acontecimientos deportivos locales de mayor trascendencia, para lo que utilizará medios propios, acuerdos con televisiones locales de la Región de Murcia, corresponsalías en Madrid y Bruselas, FORTA y EFE. En relación con lo expuesto, la oferta únicamente describe la ubicación de las delegaciones del licitador en Madrid y Bruselas, sin que se aporte ningún compromiso de prestación de servicios en el sentido indicado, lo que le resta concreción con relación a otras ofertas.

A continuación, se muestra la estructura de la programación informativa propuesta por el licitador:

ESTRUCTURA SEMANAL DE LA PROGRAMACIÓN INFORMATIVA – NOW			
PERIODICIDAD	DURACIÓN	FRANJA DE EMISIÓN	DENOMINACIÓN
L-V	90 min.	07:00h-08:30h	Murcia despierta
L-V	90 min.	08:30h-10:00h	Informativo matinal
L-V	30 min.	13:30h-14:00h	12 Comarcas
L-D	60 min.	14:00h-15:00h	Informativo mediodía
L-D	10 min.	15:00h-15:10h	El Tiempo
L-D	20 min.	15:10h-15:30h	Diario Deportes
L-D	60 min.	20:00h-21:00h	Informativo tarde
L-D	10 min.	21:00h-21:10h	El Tiempo
L-D	20 min.	21:10h-21:30h	Diario Deportes
L-D	30 min.	01:00h-01:30h	Resumen informativo





El cómputo de las horas citado aparece desvirtuado, ya que no se indica expresamente, ni se desprende de la propuesta, que se trate de horas netas, es decir, excluyéndose de su cómputo la publicidad, la autopromoción, cortinillas o los patrocinios que se inserten durante el horario de servicio público, tal y como expresa el PPT. No obstante, teniendo en cuenta el número de horas ofertado, lo dispuesto al respecto en la Ley General de Comunicación Audiovisual y las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, se puede inferir que el número de horas netas de programación informativa se mantendrá por encima del número mínimo de horas exigido en el PPT, por lo que se procederá a valorar la solución propuesta para el presente criterio de adjudicación.

La programación informativa es desglosada más adelante en la propuesta junto al resto de programas, a través de fichas, que muestran una sinopsis de su contenido general, y en el caso del informativo matinal, un resumen de su estructura y una escaleta con un escaso nivel de detalle.

En concreto, se indican de forma escueta generalidades sobre la programación, resultando insuficiente para poner de manifiesto el grado de elaboración que presenta la propuesta, no siendo, por lo tanto, lo esperado para encauzar la ejecución. Ni siquiera los dos programas informativos de mayor relevancia para el propio licitador, mediodía y tarde, merecen un lugar separado en el desglose, y son descritos con unas breves líneas de sinopsis y de puesta en escena. La distribución de la información regional (70%) y nacional e internacional (30%) para una televisión autonómica está demasiado equilibrada, en perjuicio de la regional, si bien el licitador incide en que toda la información se abordará desde una “óptica murciana”.

Además, respecto a la valoración general de la programación informativa, cabe destacar que el programa ‘Murcia despierta’, cuyo contenido se limita al informativo de la radio autonómica Onda Regional de Murcia, desde las 7:00 hasta las 8:30, ocupa un tiempo excesivo en la parrilla, en una franja horaria en la que a una televisión pública autonómica, como servicio público, ya le correspondería ofrecer imágenes, al menos a partir de las 8:00 horas, y no una mera conexión continua con la radio autonómica. Asimismo, el licitador no aporta ningún documento relativo al compromiso de colaboración con el ente público RTRM.

Tampoco se valora positivamente otra de las propuestas novedosas del licitador, ‘12 Comarcas’, un programa que viene esbozado sucintamente como un intento de informativo comarcal pero sin la concreción necesaria y, en este caso, además, el intento de nombrar el programa queda algo desfigurado, porque en la Región de Murcia las comarcas no están reconocidas oficialmente, ni gozan actualmente de un reconocimiento social que justifique el nombre del programa.

Como conclusión, se puede indicar que la propuesta realiza una definición de la programación y cobertura informativa demasiado escueta como para evaluar su calidad y variedad, aunque incrementa la oferta informativa. Además, no aporta ningún compromiso de prestación de servicios para asegurar la cobertura informativa ni la contratación de las agencias de noticias, tal y como disponen, respectivamente, los apartados D y E del Anexo 2 del PPT.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la





propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, al desarrollar el contenido del criterio con un escaso nivel de detalle, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1,5 puntos**.

d. **Propuesta relativa a la empresa PROMECAL**  
*[Programación y cobertura informativa]*

La empresa introduce su propuesta con el compromiso de prestar el servicio durante las 24 horas, respetando las garantías democráticas y con una clara vocación de servicio público, programación a la que dedicará 3.831,83 horas anuales. El licitador expone que los servicios informativos comprometen la producción de 30,71 horas semanales de programación informativa durante las 52 semanas del año, lo que totaliza 1.596,83 horas netas de programación, una vez descontados los minutos de publicidad y autopromociones, lo que la convierte en la propuesta que menor número de horas netas de programación propone.

Profundizando en la programación informativa, el licitador expone que ofrecerá cuatro ediciones de informativos de lunes a viernes y dos durante el fin de semana, así como dos programas postproducidos ('Murcia 7 días', dedicado a temas de actualidad, y 'El dilema', una entrevista en profundidad) para ser emitidos sábado y domingo.

Esta es la estructura de la programación informativa propuesta:

ESTRUCTURA SEMANAL DE LA PROGRAMACIÓN INFORMATIVA – PROMECAL			
PERIODICIDAD	DURACIÓN	FRANJA EMISIÓN	DENOMINACIÓN
L-V	30 min.	08:00h-08:30h	Informativo matinal
L-V	30 min.	09:00h-09:30h	Informativo matinal
L-V	60 min.	10:00h-11:00h	Informativo matinal
L-V	90 min.	14:00h-15:30h	Informativo 1ª edición
L-V	90 min.	20:00h-21:30h	Informativo 2ª edición
L-V	30 min.	23:30h-24:00h	Informativo 3ª edición
S-D	60 min.	14:00h-15:00h	Informativo 1ª edición – Fin de semana
S-D	60 min.	20:00h-21:00h	Informativo 2ª edición – Fin de semana
S	60 min.	21:00h-22:00h	Murcia 7 días
D	60 min.	21:00h-22:00h	El dilema

En la propuesta se detalla muy escuetamente la programación informativa ofertada, resultando insuficiente para poner de manifiesto el grado de elaboración que presenta la propuesta, no siendo, por lo tanto, lo esperado para encauzar la ejecución.

El informativo matinal (de 8:00 a 11:00) está dividido en tres bloques: un primer tramo de información regional (8:00-8:30), con directos por las delegaciones, agenda del día, avance de las próximas citas y oferta meteorológica; un segundo bloque de información global (9:00-9:30), con conexiones con Madrid y Bruselas e información meteorológica de la Región y España; y un tercer bloque (10:00-11:00) de información regional, que incluye una entrevista sobre la noticia del día y una pequeña tertulia para profundizar en el tema. En otros apartados de la propuesta,





se observa que esos espacios entre los bloques (8:30-9:00 y 9:30-10:00) estarán ocupados por diferentes programas de servicio público, dos cada día, lo que por un lado dificulta la fidelización de la audiencia matinal, y por otro resta valor a los servicios informativos matinales, que se reducen a un contenido neto de 50 minutos en ese espacio de tres horas.

Por otro lado, la primera y segunda edición de los informativos tienen un “elemento especial diario”, en palabras del licitador, un apartado de 30 minutos que los lunes estará dedicado a la información del municipio de Lorca, los martes al de Cartagena, los miércoles a la Asamblea Regional, los jueves al municipio de Murcia y los viernes, la propuesta acuña el concepto ‘45 Realidades’, que conlleva la visita y presentación del informativo desde un municipio concreto, hasta completar la totalidad de los 45 municipios. En estos espacios, se pretenden abrir conexiones con la población o institución protagonista, en la primera edición del informativo, y centrarse más en sus gentes a través de entrevistas en las propias delegaciones o en la Asamblea Regional, en la segunda edición del informativo. Se aprecia la buena intención de la propuesta, su finalidad municipalista y de vertebración del territorio, aunque no esté suficientemente desarrollada como para valorarla en profundidad.

La oferta de lunes a viernes se completa con cuatro avances informativos insertados en los magazines de la mañana y de la tarde, y con una tercera edición nocturna de 30 minutos, con presentador, colaboradores y repaso de la prensa regional.

En relación con las coberturas informativas, el licitador se compromete a dedicar equipos específicos al seguimiento del presidente y de todo el Gobierno regional, indicando que viajará con ellos “allá donde las obligaciones de sus cargos les lleven”. En materia de agencias de noticias, en la propuesta se establece la intención de contratar la oferta global de información de las agencias EFE y Europa Press; el servicio de televisión de la agencia Atlas; así como mantener acuerdos estables con Euronews y la agencia de noticias Reuters, sin que se aporte ningún compromiso de prestación de servicios o que ponga de manifiesto una futura relación comercial, lo que resta concreción en relación con otras ofertas.

Como conclusión, se puede indicar que la propuesta realiza una escasa definición de la programación y cobertura informativa que no permite evaluar su calidad, además de ser la oferta que menor número de horas netas de programación informativa propone. Asimismo, no muestra aspectos tan relevantes como el saber hacer en materia de cobertura de sucesos extraordinarios, no expone detalles para asegurar la cobertura informativa detallada en el apartado D del Anexo 2 del PPT, y no aporta compromisos para la contratación de las agencias de noticias, de acuerdo con el apartado E del mismo anexo.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1,5 puntos**.





e. **Propuesta relativa a la empresa TCERO**  
*[Programación y cobertura informativa]*

El licitador expone, al inicio de este segundo apartado del Sobre 2 (Criterios sobre la programación), los objetivos y los pilares de su programación, diseñada desde la base de los principios inspiradores del Contrato Programa, de la LGCA y el Mandato Marco de la Asamblea Regional, y anuncian “grandes cambios” en la estrategia de programación y en los contenidos. Tras desgranar esos objetivos de programación, que van en consonancia con el apartado B del Anexo II de los PPT, y los ocho pilares de la misma (pluralidad y participación, modernidad e innovación, compromiso, sostenibilidad o crecimiento de la industria audiovisual, entre otros), expone un resumen de las ventajas y elementos de mejora que la empresa licitadora pretende establecer en la programación, entre las que señalan las 81 horas semanales de programación de servicio público y las 38,67 horas semanales de programación informativa.

Dentro ya del presente subcriterio, referido a la Programación y cobertura informativa, la exposición se inicia con un apartado denominado ‘Proveedores de referencia en informativos nacionales y autonómicos’, donde se indica que el licitador, a través de su socio tecnológico Mediapro, es el principal proveedor nacional en la producción integral de servicios informativos, destacando su experiencia en la producción de contenidos informativos y la cobertura de noticias para canales autonómicos, nacionales e internacionales. Además, se pone de relieve su participación en la producción de los servicios informativos de ‘La Sexta Noticias’ del grupo Atresmedia y de la Radiotelevisión de las Islas Baleares IB3 TV e IB3 Radio. En relación con el socio tecnológico aludido, la propuesta no incluye compromiso de prestación de servicios, lo que le resta eficacia.

El licitador plantea diez delegaciones y corresponsalías en su propuesta televisiva ubicadas en el ámbito territorial de la Región de Murcia (Abanilla, Alhama de Murcia, Caravaca de la Cruz, Cartagena, Lorca, Lorquí, Mazarrón, Murcia centro, San Javier y Yecla), una en Madrid y otra en Bruselas, e indica que desde estas delegaciones se desarrollarán las coberturas necesarias vinculadas a la agenda política, cultural y social de la Región, y las coberturas en relación al presidente de la Comunidad Autónoma. En relación con las delegaciones y corresponsalías a ubicar en el territorio regional, el licitador aporta preacuerdos de encargo de servicios con diferentes productoras, donde las partes estipulan la necesidad de negociar y, en caso de acuerdo, suscribir un contrato de prestación de servicios que regule las condiciones, prestaciones, medios y precio del servicio de las delegaciones o corresponsalías, sin que se pongan de manifiesto compromisos concretos.

En relación con la delegación de Madrid, la propuesta indica que contará con la capacidad técnica y profesional del grupo ‘Mediapro’ a través de sus centros de producción, y para la delegación de Bruselas se indica que, a través de sus socios estratégicos, el licitador contará con instalaciones que, entre otros usos, se utilizarían para las emisiones en directo, y con delegaciones propias. En relación con lo expuesto, la propuesta no incluye compromisos expresos de prestación de servicios, lo que le resta concreción en relación con otras propuestas.

La propuesta indica que en todas las delegaciones de las que dispone TCERØESTUDIOS en el territorio nacional cuenta con medios profesionales y técnicos para dar respuesta a coberturas de sucesos y/o acontecimientos que se produzcan fuera de la Región de Murcia y tengan





trascendencia para la misma, e indica, asimismo, que pone a disposición de RTRM una red de más de 6.600 profesionales en territorio nacional e internacional a través de su socio tecnológico, cada vez que sea necesario para cubrir cualquier noticia o evento más allá de la Región. En relación con lo expuesto, no se aportan compromisos expresos de prestación de servicios.

El licitador expone que firmará acuerdos de contratación con agencias de alcance nacional e internacional y garantizar así la obtención de imágenes, textos, audios, etcétera, para la confección de noticias en todos los ámbitos. En primera instancia se compromete a mantener acuerdos contractuales con las agencias 'EFE' y 'Reuters'. En relación con lo expuesto, no se aportan compromisos expresos de prestación de servicios o que pongan de manifiesto una futura relación comercial.

Para asegurar la cobertura de programas informativos, establecida en el apartado B del Anexo 2 del PPT, el licitador plantea un cómputo horario confuso, ya que en el apartado dedicado a desarrollar el presente criterio de adjudicación 'Alcance de la programación y cobertura informativa', página 13 de la propuesta, se expone una tabla que propone 38,67 horas semanales de contenido informativo, y un total de 2.024,67 horas anuales. En el cómputo de las horas citado no se indica expresamente que sean horas netas, es decir, excluyéndose de su cómputo la publicidad, la autopromoción, cortinillas o los patrocinios que se inserten durante el horario de servicio público, tal y como expresa el PPT. Además, el cómputo de las horas semanales está desvirtuado, al contemplar que los programas 'El debate de la 7' y 'Asamblea' se emiten todas las semanas del año, cuando según la propuesta, se emiten durante 40 y 38 semanas respectivamente, por lo tanto, en ciertas semanas, el cómputo de horas será inferior al expuesto. Por otro lado, acudiendo a la exposición del criterio dedicado a la parrilla de programación, en el apartado denominado 'Alcance y distribución de contenidos en la parrilla', página 98 de la propuesta, se indica que el total semanal de programación informativa asciende a 42,42 horas, que difiere del anterior, y que, según se puede inferir, no son netas. En la página 103 de la propuesta, se indica un total de 36,15 horas semanales dedicadas a informativos y análisis de actualidad, asignando 28,65 horas de lunes a viernes a servicios informativos y 6,5 horas de servicios informativos en fin de semana, que se podrían inferir como netas, ya que no se cita expresamente. Por último, en la página 115 de la propuesta, se vuelve a hacer referencia a 38,67 horas semanales de programación y cobertura informativa.

Atendiendo al número de horas semanales de programación que se podrían inferir como netas, la propuesta se posicionaría en segundo lugar, entre las propuestas que muestran las horas netas de programación informativa.

Por otro lado, se detalla ampliamente la programación informativa a través de fichas que exponen su contenido general y ciertas particularidades, como el análisis de audiencia de GECA expuesto para la fijación de la hora de inicio del informativo matinal, proponiendo la siguiente estructura semanal:

ESTRUCTURA SEMANAL DE LA PROGRAMACIÓN INFORMATIVA – TCERO			
PERIODICIDAD	DURACIÓN	FRANJA EMISIÓN	DENOMINACIÓN
L-V	180 min.	07:30h-10:30h	Informativo Matinal
L-V	05 min.	12:00h-12:05h	Avance informativo

23/11/2021 11:41:26 MARTINEZ-LOZANO MARTINEZ, FRANCISCO

23/11/2021 11:41:26 OLIVA BERNAL, ALEJANDRO

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y los fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-611c060-44a-4681-8382-005050946280





L-V	60 min.	14:00h-15:00h	Informativo mediodía
L-V	15 min.	15:00h-15:15h	Deportes mediodía
L-V	15 min.	15:15h-15:30h	El tiempo mediodía
L-V	30 min.	20:00h-20:30h	Informativo tarde
L-V	15 min.	20:30h-20:45h	Deportes tarde
L-V	15 min.	20:45h-21:00h	El tiempo tarde
L-D	15 min.	00:45h-01:00h	Informativo noche
S-D	60 min.	14:00h-15:00h	Informativo mediodía fin de semana
S-D	15 min.	15:00h-15:15h	Deportes mediodía fin de semana
S-D	15 min.	15:15h-15:30h	El tiempo mediodía fin de semana
S-D	30 min.	20:00h-20:30h	Informativo tarde fin de semana
S-D	15 min.	20:30h-20:45h	Deportes tarde fin de semana
S-D	15 min.	20:45h-21:00h	El tiempo tarde fin de semana
MA <sup>1</sup>	120 min.	22:00h-24:00h	El debate de la 7
S <sup>1</sup>	60 min.	10:00h-11:00h	Asamblea
D <sup>1</sup>	60 min.	23:00h-24:00h	Info 7 semanal

<sup>1</sup> Programación que únicamente se emite un día a la semana.

Respecto al adelanto del Informativo Matinal, que viene avalado por estudios de GECA, la oferta tiene una evaluación positiva en relación al resto. El adelanto viene suficientemente acreditado, tanto para captar al espectador en esa franja como para competir con la oferta nacional, y en todo caso supone una mejora clara en el servicio público de informativos a primera hora de la mañana. Además, es un informativo extenso, que contempla conexiones con las distintas delegaciones o con el 112, invitados, tertulia política y de periodistas o secciones de salud.

El resto de informativos vienen bien definidos, contemplando como mayores novedades un avance informativo de 5 minutos a mediodía, un breve resumen informativo de 15 minutos de madrugada y espacios propios en los informativos para la meteorología y los deportes. En este último caso, se expone la intención de ofrecer una gran cantidad de contenidos a desarrollar durante esos 15 minutos, pero sin especificar suficientemente el reparto del espacio, ni siquiera el destinado al deporte regional, ya que también se hablará de la actualidad de España y del mundo, en general, o al referirse a la actualidad del baloncesto, especifica que incluso del europeo o del americano, unos contenidos que se considera que no son propios del informativo de una televisión pública autonómica.

También se detalla en este apartado el contenido de los programas semanales que realizarán los servicios informativos: 'Info 7 Semanal', que repasará en formato reportaje breve varios temas de actualidad los domingos por la noche; 'Asamblea', para ofrecer la actualidad parlamentaria regional los sábados por la mañana, y 'El Debate de la 7', un programa que, según el licitador, "incrementará la influencia y el conocimiento de los asuntos de la Región a nivel nacional". Será un debate que se celebrará en Madrid, presentado por un periodista murciano experimentado y afinado en Madrid. El programa está bien detallado (desarrollo, objetivos, presentador y equipo, plan de producción, contenido transmedia), y se valora el objetivo de servicio público de fomentar la participación política y el debate, aunque sea más cuestionable el objetivo del licitador de colocar a la Región de Murcia "en el centro del mapa", o que el debate de una televisión pública autonómica se celebre, durante las 40 semanas del año que se emite, en Madrid.





A continuación, la propuesta introduce los programas informativos especiales, y se diferencia entre los informativos de tipo político, los deportivos y de carácter social y los especiales por últimas horas informativas. Para acreditar la experiencia en este ámbito, el licitador hace referencia a especiales informativos (elecciones y temas políticos) que se ponen en emisión en 'La Sexta', y que movilizan a una media de 150 personas, con 'sets' en exteriores realizados con unidades móviles y conexiones en más de 20 puntos de directo, pero la propuesta no incluye ningún compromiso de prestación de servicios en el sentido indicado.

La propuesta finaliza el apartado de la programación especial mostrando un esquema genérico de un protocolo de actuación.

Por otro lado, la propuesta plantea la renovación de la estética y contenidos de la web de 7 TV, y la creación de un departamento propio, con cuatro redactores web, que se encargarán de gestionarla, proponiendo para el *site* de informativos y las redes sociales, entre otros, los siguientes contenidos:

- Videos creados y editados por los redactores de la web con teléfonos móviles, que incluyan un repaso de la actualidad o contenidos temáticos, con una duración de entre uno y dos minutos. Se pretende generar un video cada dos horas.
- Noticias sin ningún tipo de voz en 'off', sólo con rótulos explicativos y música como hilo conductor, con una duración de entre 45 y 60 segundos y sobre temas atemporales (medio ambiente, sociedad, consumo, tradiciones, etcétera).

En relación con la escenografía, se proponen soluciones de estudio virtual y realidad aumentada a través de 'InfinitySet'.

Para finalizar la exposición del presente criterio de adjudicación, el licitador pone de manifiesto el sistema de trabajo en la redacción de informativos a través de la definición muy precisa de un día de trabajo, desde la búsqueda inicial de temas con la que arranca un informativo el día anterior. En la introducción de este apartado, se indica que el sistema de trabajo se establece en base al conocimiento del licitador en servicios de idénticos requerimientos al que nos ocupa y que los flujos y dinámicas de trabajo que surgen en el día a día entre los diferentes departamentos que intervienen se basan en la dilatada experiencia en producciones de este tipo en otras televisiones. La propuesta no explicita la aludida experiencia.

Como conclusión, se puede indicar que la propuesta realiza una buena definición de la programación y cobertura informativa, además de ampliar la oferta, aunque para aspectos como el desarrollo de los programas informativos especiales, la garantía de la cobertura informativa detallada en el apartado D del Anexo 2 del PPT o la contratación de las agencias prevista en el apartado E del citado anexo no se aporten compromisos expuestos de prestación de servicios.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 3 puntos**.





### 6.2.2. Programación deportiva (3 puntos)

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones: *“Se valorará, además de los eventos que puedan generar una mayor audiencia, la propuesta de cobertura informativa para el deporte regional de base, deporte femenino y de personas con discapacidad”.*

a. **Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET**  
[Programación deportiva]

El licitador expone de forma esquemática el presente criterio de adjudicación, indicando que con una de sus unidades móviles semanalmente ofrecerá la retransmisión en directo de tres eventos deportivos de diversa índole, que serán seleccionados, asegura, “por criterios de interés y audiencia” que no llegan a concretar, y expone una serie de deportes (“fútbol, baloncesto, fútbol sala, balonmano, voleibol, etc.”) sin ofrecer más pormenores.

Además, en la matinal del domingo se prestará especial atención al deporte base, femenino y de personas con discapacidad, tal y como recoge el PCAP, pero sin más particularidades ni desarrollo.

La oferta muestra una sinopsis de la programación deportiva, proponiendo esta estructura semanal:

ESTRUCTURA SEMANAL DE LA PROGRAMACIÓN DEPORTIVA – UTE BAINET			
PERIODICIDAD	DURACIÓN	FRANJA EMISIÓN	DENOMINACIÓN
L	60 min.	22:00h-23:00h	El Marcador
S	120 min.	16:00h-18:00h	Nuestra grada
S	120 min.	18:00h-20:00h	Retransmisión deportiva 1
D	120 min.	12:00h-14:00h	Retransmisión deportiva 2 -Deporte base, femenino o de personas con discapacidad-
D	120 min.	16:00h-18:00h	Retransmisión deportiva 3
D	120 min.	18:00h-20:00h	Nuestra grada

El programa ‘El Marcador’, ya incluido en la programación informativa, estará dedicado a la actualidad deportiva de la Región de Murcia en formato tertulia. El programa ‘Nuestra grada’ analizará y comentará la actualidad de la competición deportiva a nivel regional que se esté desarrollando durante la emisión o que recientemente haya finalizado, incluyendo referencias a la actualidad deportiva a nivel nacional e internacional, lo que no valoramos que sea un contenido con fundamento para un programa de una televisión pública autonómica. El día y la hora de este programa tampoco favorecen al propósito de análisis que expresa el licitador, puesto que es una hora en la que, como la propia oferta indica, aún se desarrolla la actualidad deportiva.

Por otro lado, el licitador expone que su oferta incluye 225 horas anuales de retransmisiones deportivas frente a las 150 horas anuales exigidas en el PPT, sin que se exponga la programación con mayor nivel de detalle, ni se concrete el número de semanas de emisión.

23/11/2021 11:44:29 MARTINEZ-LOZANO MARTINEZ, FRANCISCO 23/11/2021 11:41:26 OLIVA BERNAL, ALEJANDRO 23/11/2021 11:27:05 MAS FERREER, JUAN ANTONIO

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-611c060-44ca-4e681-8382-00505096280





A continuación, se indica el contenido total de la programación deportiva, que incluye la expuesta en la tabla anterior y todos los contenidos deportivos incluidos en los programas informativos, y asciende a 22,28 horas semanales, con el siguiente desglose:

- Programación de lunes a viernes: 10,58 horas.
- Programación en fin de semana y festivos: 11,7 horas.

Como conclusión, y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta realiza una muy escasa definición de la programación deportiva, sin que se pongan de manifiesto las acciones que se llevarán a cabo para conseguir una mayor audiencia, lo que dificulta la valoración. Es decir, la propuesta no incluye la estrategia para la generación de mayor audiencia, ni detalles sobre las posibles retransmisiones, ni acuerdos u otro tipo de documentos con estipulaciones tendentes a la retransmisión de eventos o a la realización de otro tipo de coberturas informativas, lo que le resta eficacia y concreción en relación con otra ofertas.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,75 puntos**.

b. **Propuesta relativa a la empresa CBM**  
[Programación deportiva]

El licitador asegura que la programación deportiva será la base de la programación junto a la informativa. En relación con los contenidos deportivos ofrece 413 horas anuales de programación deportiva sin contabilizar el tiempo dedicado a deportes en los servicios informativos.

Del total de horas citadas, 231 horas están dedicadas a la retransmisión de eventos deportivos en directo, cuya emisión se realizará los fines de semana en horario de tarde, mientras que las 182 horas restantes están dedicadas a un programa deportivo especializado de fin de semana que se emitirá durante todo el año, tal y como se indica a continuación en su estructura semanal:

ESTRUCTURA SEMANAL DE LA PROGRAMACIÓN DEPORTIVA – CBM			
PERIODICIDAD	DURACIÓN	FRANJA DE EMISIÓN	DENOMINACIÓN
S-D	120 min.	12:00h-14:00h	Estadio 7
S-D <sup>1</sup>	180 min.	17:00h-20:00h	Retransmisión deportiva en directo

<sup>1</sup> Este espacio no se emite los meses de julio y agosto.

La propuesta incluye, a modo de referencia, la distribución mensual de las 413 horas propuestas a lo largo del ejercicio 2021, diferenciando entre eventos deportivos en directo y el programa deportivo especializado.





La programación deportiva ofertada se concreta en los siguientes espacios:

- *Retransmisiones deportivas en directo.* Según se expone, constituyen el eje de la programación del fin de semana, al ofrecer 231 horas anuales de retransmisiones deportivas en directo, vinculadas al calendario de competiciones, de tal modo que cada tarde de sábado y domingo se dedican 165 minutos netos a las retransmisiones deportivas en directo. Además, se indica que este segmento de la programación incluye el propio evento deportivo y, como novedad, un espacio específico para la cobertura de la información previa y posterior de cada partido, con entrevistas exclusivas y comentaristas especializados que profundizan y ahondan en cada equipo, los jugadores y las competiciones, propuesta que viene avalada por los buenos resultados de audiencia que muestran los partidos en directo en fin de semana, tal y como refleja el informe 'Análisis de situación de audiencia de la cadena', que muestra cómo muchos de estos encuentros deportivos ofrecidos se incluyen entre las emisiones más vistas de la temporada. Por ello, se amplía el tiempo dedicado a las retransmisiones, para exceder del tiempo puramente de competición.

El licitador garantiza, durante la temporada deportiva, dos retransmisiones en directo cada fin de semana, dedicadas a los equipos, deportes y deportistas de mayor seguimiento en la Región. En la propuesta figuran acuerdos de colaboración con el Real Murcia, FC Cartagena, Yeclano Deportivo y UCAM CF, circunscritos a la categoría en la que militaban, por los que se ceden los derechos televisivos para la emisión en 7 TV Región de Murcia de un número determinado de partidos que estos equipos disputen en su estadio. Según la experiencia del licitador, esta competición de fútbol es con diferencia lo más visto en materia deportiva. Igualmente, se proponen partidos de Primera División de la Liga Nacional de Fútbol Sala, partidos de fútbol de Tercera División, y partidos de baloncesto y de voleibol.

Además de estas dos retransmisiones, cada fin de semana de periodo competitivo, el licitador, a través de 'Estadio 7' suma al menos otras dos transmisiones de deporte base, femenino, amateur o de personas con discapacidad, pudiéndose retransmitir una de ellas en directo. En este sentido, los acuerdos de colaboración citados anteriormente se hacen extensivos a todas las competiciones que los equipos de deporte base, femenino y de personas con discapacidad disputen.

- *Estadio 7.* Se configura como un nuevo programa deportivo especializado con 105 minutos netos de programación deportiva, que se emitirá en las mañanas de los sábados y domingos durante todo el año, con retransmisiones en directo, reportajes, entrevistas y noticias acerca del deporte base, deporte amateur, deporte femenino y deporte para personas con discapacidad. La propuesta incluye una escaleta tipo del programa y un análisis de la penetración de este tipo de contenidos en diferentes plataformas.
- *Espacios deportivos específicos en todos los servicios informativos.* Los espacios informativos propuestos por el licitador contemplan un bloque de información deportiva de 5 minutos de duración en el informativo matinal; 15 minutos de información diaria a mediodía de lunes a viernes en el espacio 'La7 Deportes Noticias 1'; y 10 minutos en el espacio 'La7 Deportes Noticias 2' por la tarde. Los fines de semana el espacio 'La 7





Deportes Noticias Fin de Semana' ofrece 10 minutos a mediodía y 10 minutos por la tarde, tanto sábado como domingo. Es decir, la propuesta totaliza aproximadamente 40 minutos diarios de información deportiva entre semana y 24 minutos los fines de semana, teniendo en cuenta el espacio informativo 'El día en imágenes', que se emite de madrugada. En la ficha de este contenido, el licitador analiza pormenorizadamente cada uno de estos espacios, y muestra gráficamente los tiempos asignados a deporte regional en cinco televisiones autonómicas, que en CBM asciende al 95%, lo que la sitúa como la que menos tiempo dedica al deporte nacional e internacional, algo que se valora positivamente en relación al servicio público de una televisión autonómica, tanto para fomentar y consolidar la identidad de la Región como para vertebrar el equilibrio territorial, dos de los principios que deben tener todos los programas según recoge el apartado B del Anexo II del PPT.

- 'La7 Deportes', un nuevo site específico de deportes. Según el licitador, este nuevo medio ocupa un lugar desierto en la actualidad en la Región de Murcia, al no existir ningún portal web específico de deporte regional. La importancia del resumen, la visibilidad del directo (no solo de partidos sino también de ruedas de prensa durante la semana) y el poder de alcance del video hace de este proyecto uno de los puntales de su oferta, señala el licitador, al ofrecer la visibilidad que reclama el deporte base, deporte femenino, deporte de personas con discapacidad y a las diversas modalidades de deporte federado. Se valora la necesidad de crear este nuevo medio en la Región de Murcia, dependiente de su televisión autonómica, del que ya gozan otras televisiones autonómicas españolas.

A continuación, la propuesta muestra los parámetros que definen la línea editorial, que intenta activar la identidad regional y la vertebración del contenido, a través de la narración y los textos. Para garantizar la pluralidad y representación de las distintas disciplinas y modalidades deportivas, el licitador se compromete a un reparto compensado de los minutos asignados, y para acreditarlo muestra gráficamente un ejemplo de la cobertura informativa por clubes de fútbol y otro gráfico sobre la diversidad de disciplinas deportivas emitidas en los informativos de mediodía a lo largo de un mes. También se expone la importancia para el licitador de los códigos visuales presentes en las imágenes, videos, creatividades, acciones de *branding* y patrocinios.

En el ámbito de la programación deportiva, el licitador plantea una 'Redacción 3.0' que conllevará la revisión de contenidos, en una apuesta por unos deportes más debatidos, analizados, seccionados, tematizados y postproducidos, con preponderancia del video como nexo entre televisión, web, redes sociales y aplicaciones para dispositivos móviles, buscando, además, la viralidad de los contenidos, a través de la presencia en todas las capas, formatos y plazos (inmediatez de *Instagram Stories*, la perdurabilidad del 'A la carta' o Youtube).

La estrategia que el licitador plantea en relación con el deporte base, deporte amateur, deporte femenino y de personas con discapacidad, tiene un triple perfil:

- Suscripción de acuerdos de colaboración en este ámbito, aportándose en la propuesta el acuerdo de colaboración con la Federación de Fútbol de la Región de Murcia y con la Unión de Federaciones Deportivas de la Región de Murcia, para dar mayor visibilidad al deporte amateur federado, entre el que destaca la promoción del deporte base, el deporte femenino y el de personas con discapacidad; así como





con el Comité de Representantes de Personas con Discapacidad y sus Familias (CERMI), para la promoción y difusión a través de 7 TV Región de Murcia de las competiciones deportivas organizadas por el CERMI.

- Importancia del deporte femenino, que el licitador deja patente a través de la suscripción de acuerdos de colaboración con los tres principales clubes regionales del momento, el Algar Féminas, el Alhama Club de Fútbol Féminas y el STV Roldán, con el objetivo común de dar mayor visibilidad al fútbol sala femenino. Pone como ejemplo a seguir en el tratamiento del deporte femenino el caso del 'Jimbee Roldán', que creció exponencialmente, junto a las retransmisiones en directo a través de 7 TV Región de Murcia, incorporándolo a la propuesta como caso de estudio, mostrando con detalle las actuaciones realizadas desde las primeras retransmisiones en directo iniciadas en la temporada 2016/2017, para la mejora de la escasa repercusión inicial en la TDT, web y redes sociales.
- Creación de un programa especializado: Estadio 7.

Por otro lado, en materia de cobertura, el licitador la plantea como integral, al atender tanto contenidos televisivos como nativos digitales; completa, asegurando la totalidad de los eventos deportivos mediante 'ENG' y redes sociales; e inmediata al contar, además de las delegaciones, con una red de conectividad que le permite emitir en directo desde gran parte del territorio regional. La propuesta detalla la integración de las coberturas informativas en la escaleta maestra de asignaciones 'EMA' y la planificación, que de una sola cobertura informativa se realiza en la ventana TV, site web, Twitter, Instagram, Facebook y YouTube.

En relación con los medios con los que cuenta el licitador para la ejecución de su oferta, en primer lugar se remite al apartado relativo a las instalaciones y medios materiales y técnicos; se vuelven a citar los acuerdos de colaboración para la adquisición de derechos de emisión en directo, suscritos con los cuatro clubes regionales que militaban en Segunda División B, especificando que en el caso del FC Cartagena, al haber ascendido de categoría con posterioridad a la suscripción del acuerdo, se retransmitirá toda la actividad deportiva del club, excepto los partidos. Asimismo, se aporta un acuerdo de colaboración con la plataforma 'Footters' para la promoción y difusión a través de 7 TV Región de Murcia y/o las páginas web del propio canal, del Campeonato Nacional de Segunda División B, lo que permite al licitador la emisión en directo de los partidos que los equipos de la Región de Murcia disputen fuera del territorio regional en el citado campeonato. En este contexto, el licitador también aporta acuerdos de colaboración, para la difusión del deporte base, el deporte femenino y el de personas con discapacidad, con Pinatar Arena, el Real Murcia Club de Tenis 1919 y la Universidad Católica San Antonio, con la que también colaborará para contenidos referidos a sus deportistas o a los equipos de la UCAM de las diferentes disciplinas.

A continuación, la propuesta analiza ampliamente la implementación de la plataforma digital del deporte regional denominada 'La7 Deportes', y desarrolla con más detalle la descripción de sus contenidos:

- Portal web y aplicación móvil. La oferta propone la integración en la web corporativa de una página independiente con dominio e identidad propios, [www.La7deportes.es](http://www.La7deportes.es), y una





aplicación que será una réplica de la plataforma. Los contenidos están estructurados en Home; Secciones y subsecciones; y Noticias, cuyo desarrollo también se pone de manifiesto.

- Redes sociales:
  - Twitter 'La7 Deportes'. La propuesta incluye los contenidos y la periodicidad con la que se actualizan. Asimismo, se destaca que el contenido derivado de Twitter y otros de elevada relevancia se van a alojar en la cuenta de YouTube de la cadena, dentro de una sección específica de deportes.
  - Instagram 'La7 Deportes'. Se propone la creación de una cuenta dedicada a la información deportiva. Se pretende utilizar Instagram TV para alojar videos de mayor duración. La propuesta incluye los contenidos y la periodicidad con la que se actualizan.
  - 'Twitch'. Se pretenden emitir, a través del segundo canal de *streaming* de la web de 7 TV, al menos dos campeonatos FIFA oficiales de *e-sport*.
- Los periodistas como generadores de contenido. La propuesta muestra su organización en la estrategia de deportes y la forma de insertar contenidos. Asimismo, se expone que la propuesta contempla la generación de material exclusivo en redes sociales: entrevistas, encuestas, sorteos y concursos.
- Periodismo ciudadano. En la programación deportiva, según el licitador, es donde más se requiere la inclusión de contenidos audiovisuales cedidos por la ciudadanía. En un mismo día se disputan multitud de eventos deportivos, teniendo en cuenta el deporte base y el adaptado, y cubrirlos todos es complicado, por lo que se crea una comunidad de colaboradores. De este modo, se obtiene material gráfico de los diferentes encuentros deportivos y se les da visibilidad a través de las plataformas digitales.

Para finalizar, a través de un apartado denominado 'Alcance de relación con el sector e inversión productiva', se pone de manifiesto que el licitador produce las retransmisiones en colaboración con distintas empresas de la Región de Murcia, lo que se acredita a través de la aportación de preacuerdos con la empresa Producciones Display, S.L. y con el profesional autónomo Ricardo Baños Sanz, para el encargo de producción de retransmisiones deportivas. Asimismo, a través del sistema de intercambio de derechos y producciones deportivas, el licitador manifiesta poner en contacto a empresas y productoras regionales con televisiones, operadoras u otras productoras de fuera de la Región o de España, lo que les proporciona la posibilidad de acceder a nuevos mercados.

En este contexto, la propuesta muestra de forma gráfica la relación de empresas implicadas en una retransmisión deportiva, desde la producción del contenido hasta la emisión de la señal, y la evolución en los últimos cinco años de las principales productoras de la Región participantes en las retransmisiones deportivas del licitador. Por último, como muestra de capacidad técnica





y de generación de valor, se exponen las actuaciones realizadas para la retransmisión del partido solidario a beneficio de los afectados por la DANA de 2019 entre el Cartagena y el Barcelona.

Como conclusión, y profundizando en lo expuesto, se puede indicar que la propuesta realiza una definición de la programación deportiva muy completa, incluyendo mejoras como la creación de una plataforma digital del deporte regional, con dominio e identidad propios, y una aplicación móvil que será una réplica de la plataforma web, que incluirán, entre otros, contenidos y modalidades deportivas como el deporte base, adaptado, femenino y los *e-sports*.

En relación con las acciones para conseguir mayor audiencia, el licitador se basa en el informe de audiencias que pone de manifiesto que muchos de los encuentros deportivos ofrecidos por 7 TV se incluyen entre las retransmisiones más vistas de la temporada, y a partir de estos datos propone para las tardes de sábado y domingo dos retransmisiones deportivas en directo, dedicadas a los equipos, deportes y deportistas de mayor seguimiento en la Región, que incluyen el propio evento deportivo, y como novedad, un espacio específico para la cobertura de la información previa y posterior de cada partido. Además, explicita para la efectividad de su propuesta su experiencia en la materia, acuerdos de colaboración con los principales clubes de fútbol regionales y con la plataforma 'Footters' y preacuerdos para encargar la producción de retransmisiones, lo que conjuntamente puede ser considerado como una mejora de gestión.

Por otro lado, para la cobertura informativa del deporte regional de base, deporte femenino y de personas con discapacidad, el licitador propone el programa deportivo especializado denominado 'Estadio 7' que se emitirá en las mañanas de los sábados y domingos durante todo el año asegurando, en cada una de las entregas del programa, una transmisión deportiva como mínimo; y explicita para la efectividad de su propuesta diversos acuerdos de colaboración para visibilizar entre los ciudadanos de la Región el deporte base, femenino y de personas con discapacidad.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, relativo a la metodología empleada, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 100%**, al ofrecer mejoras tecnológicas y de gestión valorables y elementos innovadores, por lo que se le otorga **una puntuación de 3 puntos**.

c. **Propuesta relativa a la empresa NOW**  
*[Programación deportiva]*

El licitador expone toda su programación deportiva dentro de la programación informativa y de actualidad, diseñada como una de las palancas tácticas de la parrilla, tanto por su poder de convocatoria como por sus valores, escenario idóneo, asegura, para promocionar el deporte base, el femenino y el de personas con discapacidad, tal y como recoge el PCAP.

Así, diseña una estructura programática propia para todos los contenidos deportivos de la emisora cuyos puntos principales son la asunción de los principios y requerimientos del pliego





con ampliación del número de programas, horas de emisión, géneros implicados y contenidos; un equipo de profesionales “con marca propia”, que conecte con la audiencia y con capacidad para generar y gestionar debate social en TV y en redes sociales; y la variedad de subgéneros narrativos, con espacios que se desenvuelvan en el género del ‘infoentretenimiento’.

La propuesta expone esta estructura semanal de programación deportiva:

ESTRUCTURA SEMANAL DE LA PROGRAMACIÓN DEPORTIVA – NOW			
PERIODICIDAD	DURACIÓN	FRANJA DE EMISIÓN	DENOMINACIÓN
L-D <sup>1</sup>	20 min.	15:10h-15:30h	Diario Deportes
L-D <sup>1</sup>	20 min.	21:10h-21:30h	Diario Deportes
L	120 min.	23:00h-01:00h	Entre gol y gol
S	210 min.	10:30h-14:00h	Prodeporte
S	120 min.	18:00h-20:00h	Directo deporte
D	120 min.	17:00h-19:00h	Directo deporte

<sup>1</sup> Espacios ya incluidos en la estructura de la programación y cobertura informativa.

En la propuesta se describe la programación deportiva expuesta a través de fichas, mostrando una sinopsis de su contenido general, la puesta en escena y narrativa utilizada y las claves del formato.

El programa ‘Diario Deportes’ viene descrito como un noticiario deportivo anexo a los grandes noticiarios, una tira de 20 minutos con cabecera, estructura y puesta en escena propia, con estrategias de continuidad vertical (entre la entrega de mediodía y de la tarde) y horizontal (manteniendo vivos temas para el debate de los lunes).

Ese debate semanal se denominará ‘Entre gol y gol’, y será un espacio donde periodistas, profesionales y espectadores tratarán en directo las noticias y polémicas deportivas de la semana. El programa será la consagración en pantalla del equipo deportivo de 7 TV, señala el licitador, con un clima de libre intercambio de opiniones y la participación activa de la audiencia, en redes sociales y con acciones de Social TV. En relación a este programa, no se valora positivamente ese tono vinculado “a las polémicas a tratar”, en palabras del licitador, así como ese subgénero apuntado del ‘infoentretenimiento’ aplicado a la programación deportiva, válido acaso para otras propuestas televisivas, pero poco apropiado para una televisión pública autonómica.

El programa ‘Prodeporte’ se plantea como un contenedor en directo para transmisiones de encuentros deportivos por toda la Región de Murcia, principalmente de deporte base, femenino y de personas con discapacidad; así como de deportes federados minoritarios o categorías juveniles y alevines. La propuesta incluye cuatro retransmisiones completas a lo largo del programa, sucesivas o simultáneas, al estilo de los carruseles deportivos radiofónicos, comentadas en vivo desde un plató por dos miembros del equipo de deportes de 7 TV. A pesar de no estar suficientemente desarrollado, se valora, en relación a otras ofertas, esa intención de fundir en la mañana del sábado el género deportivo con el juvenil.

Por otro lado, en el ámbito de las retransmisiones en directo, la propuesta expone que se transmitirán partidos de fútbol, fútbol sala y baloncesto de los grandes equipos de la Región. El programa ‘Directo deporte’ emitirá los encuentros disputados en el territorio regional, por





intercambio FORTA, y aquellos partidos con derechos de explotación concertados, durante las tardes de sábado y domingo, pero sin detallar ningún aspecto más de las retransmisiones.

En relación con lo expuesto, además, la propuesta no incluye ningún acuerdo de cesión de derechos ni de producción de retransmisiones, lo que le resta concreción en relación con otras ofertas.

Como conclusión, se puede indicar que la propuesta realiza una muy escasa definición de la programación deportiva, sin que se pongan de manifiesto las acciones que se llevarán a cabo para la consecución de una mayor audiencia, lo que dificulta la valoración. Además, en relación con la cobertura informativa para el deporte regional de base, deporte femenino y de personas con discapacidad, únicamente se hace referencia a una retransmisión deportiva en directo de dos horas y media de duración que se emitirá los sábados por la mañana, sin más especificación.

Es decir, la propuesta no incluye la estrategia para la generación de mayor audiencia ni acuerdos u otro tipo de documentos con estipulaciones tendentes a la retransmisión de eventos o a la realización de otro tipo de coberturas informativas, lo que le resta eficacia y concreción en relación con otra ofertas.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,75 puntos**.

d. **Propuesta relativa a la empresa PROMECAL**  
*[Programación deportiva]*

El licitador plantea la programación deportiva bajo la marca 'Zona mixta', comprometiéndose a producir y emitir siete retransmisiones deportivas todos los fines de semana de competiciones activas: cuatro profesionales, dos amateur, y al menos, una de deporte femenino, siendo la propuesta que mayor número de horas de programación deportiva plantea. También es valorable el planteamiento del licitador de aglutinar toda su programación deportiva bajo una misma marca.

La propuesta expone la siguiente estructura de programación deportiva:

ESTRUCTURA SEMANAL DE LA PROGRAMACIÓN DEPORTIVA – PROMECAL			
PERIODICIDAD	DURACIÓN	FRANJA EMISIÓN	DENOMINACIÓN
L	120 min.	21:30h-23:30h	Zona mixta: Análisis deportivo
V	60 min.	21:30h-22:30h	Zona mixta: Previo a la jornada
S	90 min.	10:30h-12:00h	Zona mixta: Retransmisión deportiva amateur
S	120 min.	12:00h-14:00h	Zona mixta: Retransmisión de deporte femenino





S	120 min.	16:00h-18:00h	Zona mixta: Retransmisión deportiva profesional en diferido
S	120 min.	18:00h-20:00h	Zona mixta: Retransmisión deportiva profesional
D	120 min.	10:00h-12:00h	Zona mixta: Retransmisión deportiva amateur
D	120 min.	12:00h-14:00h	Zona mixta: Retransmisión deportiva profesional
D <sup>1</sup>	150 min.	17:30h-20:00h	Zona mixta: Retransmisión deportiva fútbol 2ªB
D	120 min.	22:00h-24:00h	Zona mixta: Análisis de la jornada.

<sup>1</sup> En este espacio se retransmitirán partidos que se disputen fuera del territorio regional.

La extensa estructura expuesta en la tabla se completa con la sección de información deportiva incluida en las ediciones de informativos, especialmente primera y segunda, que contarán con un presentador específico para la apertura de esa sección.

La gran cantidad de retransmisiones deportivas semanales, siete, se completa con tres ediciones de Zona Mixta convenientemente situados en la parrilla: una previa de la jornada los viernes a las 21:30, un análisis en caliente de la jornada con imágenes los domingos a las 22:00 horas y un análisis más reposado, con protagonistas en directo, los lunes a las 21:30.

A continuación la propuesta expone que se pretende llegar a acuerdos para emitir en directo partidos que disputen los equipos de fútbol punteros de la Región fuera del territorio regional. En relación con lo expuesto, la propuesta no incluye ningún acuerdo de cesión de derechos.

El licitador se compromete asimismo a comprar derechos de categorías regionales, así como a emitir partidos de equipos filiales, lo que denota cierto desconocimiento del panorama futbolístico de la Región de Murcia, donde apenas existen clubes de fútbol consolidados como para que los equipos filiales arraiguen. Para estos casos, además, tampoco se incluye acuerdo alguno.

La propuesta también plantea coberturas informativas para otros equipos, eventos y personas, de distintas modalidades y disciplinas: el Alhama CF, de fútbol femenino, la jugadora de fútbol Eva Navarro, el campeonato del Mar Menor de fútbol playa, ligas regionales de discapacitados, principales equipos de fútbol sala masculinos y femeninos, CB Murcia y otros clubes de baloncesto femenino y en silla de ruedas, entre otros equipos, eventos y deportistas, también minoritarios, que en cualquier caso tendrán cabida en alguno de los programas deportivos de Zona Mixta. La descripción de estos contenidos se realiza de manera superficial y poco minuciosa.

Como conclusión, se puede indicar que la propuesta realiza un escasa definición de la programación deportiva e incluye como estrategia programática la suscripción de acuerdos de cesión de derechos de emisión, entre otros, con los principales clubes de fútbol de la Región de Murcia, sin que se aporte ninguno de ellos, lo que le resta concreción en relación con otras ofertas. No obstante, en la propuesta destaca el número de horas semanal dedicado a la programación deportiva, que está claramente por encima del resto de las ofertas, tanto a nivel general como en la cobertura informativa del deporte regional de base, femenino y de personas con discapacidad, incluyendo además tres programas de análisis deportivo multidisciplinarios y una marca que recoge íntegra la programación deportiva semanal, aunque no se observen ni se detallen mejoras tecnológicas o de gestión ni elementos innovadores valorables.





En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se concluye que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, relativa a la metodología empleada, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1,5 puntos**.

e. **Propuesta relativa a la empresa TCERO**  
*[Programación deportiva]*

La exposición del presente criterio de adjudicación se inicia con un apartado denominado 'Experiencia y aportación de valor', donde se indica que el licitador puede aportar multitud de experiencias en la producción de información deportiva bien sea para canales privados, públicos, de ámbito local, nacional o autonómico, en España o en el extranjero. Asimismo, se indica que la retransmisión de eventos deportivos es uno de los ejes principales de la actividad del licitador, que ha dado lugar a contar con un equipo de profesionales especializados en el deporte y su transmisión en vivo, llevando a cabo anualmente miles de retransmisiones deportivas en cualquier parte del mundo.

A continuación y como referencias de la trayectoria de sus socios estratégicos para canales autonómicos, el licitador señala diferentes proyectos desarrollados para la producción de contenidos deportivos y retransmisiones de eventos, entre los que figuran programas de información deportiva y retransmisiones para la televisión pública de Aragón, servicios de contenidos deportivos para Radiotelevisión de las Islas Baleares 'IB3 TV' o producción y gestión de diferentes programas de contenidos deportivos para el grupo Atresmedia, como Jugones, La Sexta deportes o Territorio Champions. También incluye su experiencia como agente de la comercialización en el mercado internacional de derechos audiovisuales (de La Liga o la UEFA Europa League, por ejemplo); así como la elaboración de contenidos y programas deportivos para canales nacionales e internacionales como Bein, Movistar, Gol TV, FOX o ESPN en Argentina.

Asimismo, se exponen referencias de retransmisión de distintos deportes, entre los que figuran fútbol (1ª y 2ª división, femenino, competiciones europeas); baloncesto (Liga ACB, Liga EBA y competiciones europeas); balonmano (Liga ASOBAL); tenis (Madrid Open); o Moto GP y Fórmula 1, entre otros.

En relación con el socio estratégico aludido, la propuesta no incluye compromiso de prestación de servicios, lo que le resta eficacia en relación con otras ofertas.

Además, la propuesta indica que pone a disposición de 7 TV toda la experiencia de su socio tecnológico en la producción de eventos deportivos a lo largo de más de 25 años. También se pone de manifiesto que es el proveedor líder nacional y cuenta con la mayor flota de vehículos para las retransmisiones en directo, y una red de más de 2.000 profesionales especialistas en esta materia, y que la experiencia gestionando la venta de derechos de grandes competiciones





como La Liga le permite una posición privilegiada en la posible compra o gestión de derechos de las competiciones en las que se encuentran los equipos de la Región. Según figura en la propuesta, sea la modalidad que sea, dispone de un equipo de profesionales en la negociación de derechos deportivos que pone a disposición de 7 TV. En relación con lo expuesto, en la propuesta no figuran acuerdos de colaboración con entidades deportivas por los que se cedan derechos televisivos, lo que le resta concreción en relación con otras ofertas.

La propuesta expone la siguiente estructura semanal de programación deportiva, que totaliza 280 horas anuales, siendo la que menos horas de programación deportiva plantea:

ESTRUCTURA SEMANAL DE LA PROGRAMACIÓN DEPORTIVA – TCERO			
PERIODICIDAD	DURACIÓN	FRANJA DE EMISIÓN	DENOMINACIÓN
S <sup>1</sup>	120 min.	11:00h-13:00h	Deporte escolar: Retransmisiones
S <sup>1</sup>	90 min.	18:30h-20:00h	Deporte en vivo: Retransmisiones
D <sup>1</sup>	120 min.	11:00h-13:00h	Deporte en vivo: Retransmisiones
D <sup>1</sup>	90 min.	18:30h-20:00h	Programa deportivo

<sup>1</sup> Este espacio se emitirá durante 40 semanas al año.

Entrando al detalle de la programación, el ‘Programa deportivo’ se plantea como un magacín para los domingos por la tarde en el que un presentador hará un repaso de los resultados del fin de semana y compartirá espacio con distintos personajes relevantes de la Región de cualquier disciplina deportiva, junto a colaboradores habituales. El programa estará constituido por un sumario que detallará los titulares de la jornada deportiva y cuatro bloques:

- Fútbol (espacios para equipos punteros de la Región, Tercera y Preferente, con imágenes en colas como resúmenes de los encuentros)
- Deportistas femeninas (con repaso al deporte femenino y reportajes sobre deportistas de la Región)
- Baloncesto y fútbol sala (centrado en el seguimiento de UCAM Murcia CB, El Pozo Murcia Fútbol Sala y Jimbee Cartagena Fútbol Sala)
- Polideportivo y ‘Lo nuestro’ (con un repaso a las noticias destacadas de la semana en materia polideportiva, y cerrará con un reportaje sobre un deporte autóctono: bolos, petanca, caliche, etc.).

Para cerrar la descripción del ‘Programa deportivo’, la propuesta incluye la habilitación de un ‘Carrusel Transmedia’ dentro del perfil oficial del programa en la red social ‘Instagram’ para que los usuarios puedan compartir con el resto de los espectadores sus experiencias deportivas y de ejercicio físico.

Se aprecia que este es un programa deficientemente diseñado, lo que se puede observar ya por la poca elaboración del nombre (‘Programa deportivo’), en el que se exponen una cantidad excesiva, tanto de contenidos semanales (actualidad, resúmenes, declaraciones, tertulianos, entrevistas, reportajes) como de deportes tratados, para que tengan cabida en una hora y media de programa semanal, al menos tal y como aparecen en la propuesta del programa, sin escaleta ni el detenimiento suficiente para explicar cómo ofrecer un contenido tan abundante.

Además, para asegurar la cobertura de programación deportiva, establecida en el apartado B del Anexo 2 del PPT, el licitador plantea una tipología confusa de los eventos a retransmitir, ya





que en la página 48 de la propuesta expone en primer lugar que se dedicará un mínimo de 5 horas y 30 minutos semanales a la retransmisión en directo de eventos deportivos de carácter amateur y escolar, lo que supone cubrir la totalidad de las horas de retransmisión previstas. Pero, justo a continuación, se expone que la parrilla deportiva del fin de semana de 7 TV se completará con un potente bloque de retransmisiones, entre las que destacarán las competiciones donde participan los equipos que militan en las principales categorías de las diferentes disciplinas deportivas.

Asimismo, se indica que entre las retransmisiones deportivas de alto nivel se incluirán periódicamente competiciones locales, encuentros que despiertan mucho interés entre los ciudadanos de la Región de Murcia. La propuesta continúa exponiendo que a las competiciones en las que participan los equipos que militan en las principales categorías de las diferentes disciplinas deportivas con más seguimiento regional, se sumarán siempre que sea posible, atendiendo a cuestiones de agenda, parrilla, disponibilidad y derechos, otras citas deportivas del calendario regional, entre las que podrían encontrarse Atletismo y cross (con varias pruebas como ejemplo, como 'La ruta de las fortalezas' de Cartagena), Ciclismo (Vuelta a la Región de Murcia), o las Pruebas finales de los Juegos Deportivos del Guadalentín de Lorca, como cita multideporte.

En relación con lo expuesto, la propuesta no incluye ningún acuerdo de cesión de derechos.

Por último, para las transmisiones deportivas, el licitador plantea la utilización del sistema 'Automatic TV', que según se expone es un sistema semiautomático y remoto que simplifica y reduce los costes de producción.

Como conclusión, y al margen de lo ya expuesto, se puede indicar que la propuesta realiza una escasa definición de la programación deportiva, siendo la propuesta que menos horas de programación deportiva plantea, sin que se pongan de manifiesto las acciones que se llevarán a cabo para la consecución de una mayor audiencia. En este sentido, se debe indicar que en materia de retransmisiones no se define el contenido de las que se realizarán ni se aportan acuerdos u otro tipo de documentos con estipulaciones tendentes a la retransmisión de eventos o a la realización de otro tipo de coberturas informativas que permitan intuir la estrategia a seguir, lo que dificulta la valoración, restando eficacia y concreción con relación a otras ofertas.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,75 puntos**.





### 6.2.3. Programación regional (hasta 2 puntos)

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones: “Se valorará que se prime la programación de contenidos relacionados con la Región”.

a. **Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET**  
[Programación regional]

El licitador expone en un breve apartado (*Primacía de los contenidos de la Región*) un listado con los programas relacionados con la Región, tanto de lunes a viernes como en fin de semana, a los que dedicará un total de 157,5 horas semanales. No obstante, el cómputo de horas expuesto aparece desvirtuado, ya que no se indica expresamente, ni se desprende de la propuesta, que se trate de horas netas, es decir, excluyéndose de su cómputo la publicidad, la autopromoción, cortinillas, etcétera. El grado de indefinición se incrementa si tenemos en cuenta que la propuesta incluye una sola parrilla para todo el año, sin embargo, en relación con la programación en los meses de verano, en la página 144 de la propuesta contiene un apartado denominado ‘Parrilla especial de verano’, donde se expone textualmente lo siguiente: “Durante el verano continuarán la mayoría de los programas que se han programado durante todo el año, pero con formas y horarios distintos”.

De lo expuesto en la propuesta, se puede inferir la siguiente estructura de programación regional de actualidad, entretenimiento y especializada:

ESTRUCTURA ANUAL DE LA PROGRAMACIÓN REGIONAL – UTE BAINET			
DENOMINACIÓN	GÉNERO/TIPO PROGRAMA	CÓMPUTO HORARIO SEMANAL <sup>1</sup>	CÓMPUTO HORARIO ANUAL <sup>2</sup>
PROGRAMA INFANTIL	INFANTIL	10h.	---
CADA DÍA	DIVULGATIVO – ACTUALIDAD	10h.	---
GASTROMURCIA	DIVULGATIVO – CULTURAL	3h.	---
COSTUMBRISTA	COSTUMBRES – CULTURAL	2h.	---
ENTREVISTAS	ACTUALIDAD	5h.	---
TERTULIA	DEBATE – ACTUALIDAD	2h. 30 min.	---
HAY EMPLEO	INSERCIÓN LABORAL	5h.	---
MURCIA DIRECTO	ACTUALIDAD	12h. 30 min.	---
TIC	FORMATIVO – TECNOLOGÍA	4h.	---
RINCONES	CULTURAL	1h.	---
MURCIA NATURAL	FORMATIVO – MEDIO AMBIENTE	1h.	---
GUAPA MURCIA	IGUALDAD – EXCLUSIÓN SOCIAL	1h.	---
AGRIPESCA	DIVULGATIVO	1h.	---
DISCAPACITADOS	EXCLUSIÓN SOCIAL	1h.	---
LA CIMA DEL ÉXITO	CONCURSO	2h.	---
NUNCA ES TARDE	ACTUALIDAD	4h.	---





MÚSICA MURCIA	MUSICAL	21h.	---
VIDEOMATÓN	CULTURAL	2h.	---
ASAMBLEA REGIONAL	ACTUALIDAD	1h.	---
AGROVIDA	DIVULGATIVO	1h.	---
EMPRENDEDORES	ECONOMÍA	2h.	---
MASCOTEANDO	DIVULGATIVO	1h.	---
CULTURAMA	CULTURAL	1h.	---
MI PUEBLO ES MEJOR	CULTURAL	1h.	---
DECIBELIOS	MUSICAL	1h.	---

<sup>1</sup> El cómputo horario semanal no expresa la duración neta de la programación al no estar definida en la propuesta, lo que dificulta la evaluación comparativa.

<sup>2</sup> El cómputo horario anual no figura en la propuesta.

Tal y como se ha puesto de manifiesto, la estructura de la programación regional propuesta no permite conocer el número de horas de programación anual efectivas. No obstante, teniendo en cuenta el número de horas ofertadas, lo dispuesto al respecto en la Ley General de Comunicación Audiovisual y las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, se puede inferir un resultado que posicionaría la propuesta en primer lugar.

Al margen de los aspectos cuantitativos expuestos, la propuesta muestra una escasa descripción de los contenidos asociados a la programación ofertada, tal y como se pone de manifiesto en el apartado correspondiente a la parrilla de programación, que no es lo esperado para encauzar la ejecución. Sirva como ejemplo el programa denominado ‘Música Murcia’, que es el que mayor número de horas aporta a la programación regional (tres horas diarias, todos los días del año), cuya descripción completa en la propuesta tiene el siguiente tenor: *“Programa dedicado a los artistas murcianos más importantes y a sus estilos. Sera un punto de encuentro con su música en directo y con diferentes formas de entenderla. Se acompañará de pequeñas actuaciones en plato, la mayor parte en acústico. Conoceremos a nuestros mejores grupos, entrevistaremos a los artistas que vengán en concierto a nuestra región y daremos a conocer las nuevas publicaciones de discos y las agendas de actuaciones”*.

Como conclusión, y profundizando en lo expuesto, se puede indicar que la propuesta con carácter general realiza una escasa definición de la programación, lo que redundará en una exigua descripción de esa primacía de los contenidos regionales. No obstante, en la propuesta destaca el número de horas semanal dedicado a la programación de contenidos relacionados con la Región, que está claramente por encima del resto de las ofertas, sin que se observen mejoras tecnológicas o de gestión ni elementos innovadores valorables.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1 punto**.





**b. Propuesta relativa a la empresa CBM**  
*[Programación regional]*

El licitador inicia su exposición de la programación regional indicando que ofrecerá 5.290 horas anuales de producción regional, y que la totalidad de los contenidos de producción propia pueden ser considerados como programación regional al estar relacionados con la Región, lo que engarza con el proyecto de progreso económico para el audiovisual regional que recoge esta oferta en otros apartados.

Al margen de estas consideraciones, el licitador expone en una tabla los 60 títulos de programas de producción regional, a los que habría que sumar, como contenidos relacionados con la Región, informativos, retransmisiones deportivas y de eventos de interés para la Región, debates de la Asamblea Regional y programas especiales, sin incidir con más detenimiento sobre la primacía de los contenidos relacionados con la Región.

La propuesta muestra la siguiente estructura para la programación regional de actualidad, entretenimiento y especializada:

ESTRUCTURA ANUAL DE LA PROGRAMACIÓN REGIONAL – CBM			
DENOMINACIÓN	GÉNERO/TIPO PROGRAMA	DURACIÓN PROGRAMA <sup>1</sup>	CÓMPUTO HORARIO ANUAL <sup>1</sup>
QUÉDATE CONMIGO EN LA 7	MAGACÍN	105 min.	435h. 45 min.
MURCIA CONECTA	MAGACÍN	135 min.	560h. 15 min.
AILOVIU	MAGACÍN DE ENTRETENIMIENTO	105 min.	360h. 30 min.
TENEMOS QUE HABLAR	DEBATE	105 min.	73h. 30 min.
7 EN LÍNEA	REPORTAJES	52 min.	36h. 24 min.
¡MURCIA A LA VISTA!	'DOCU-SHOW' – REPORTERISMO	52 min.	60h. 40 min.
A TODA VELA	'DOCU-SHOW'	52 min.	11h. 16 min.
A TU SALUD	REPORTAJE	52 min.	11h. 16 min.
ASÍ DA GUSTO	CONCURSO GASTRONÓMICO	26 min.	21h. 40 min.
BIENVENIDOS AL CAMPO	'DOCU-SHOW' – REPORTAJES	52 min.	33h. 48 min.
COCINANDO CON LAS ESTRELLAS	'DOCU-SHOW' DE COCINA	52 min.	11h. 16 min.
CÓDIGO 112	ACTUALIDAD	52 min.	45h. 04 min.
CUANDO ÉRAMOS HORTERAS	DOCUMENTAL	52 min.	05h. 12 min.
CUANDO ÉRAMOS HORTERAS... EN MURCIA	'TALK-SHOW'	52 min.	05h. 12 min.
DE VUELTA A CASA	TESTIMONIOS	52 min.	11h. 16 min.
DIARIO DE SESIONES	ACTUALIDAD POLÍTICA	52 min.	25h. 08 min.
ECO, ECO	COMPETICIÓN ECOLÓGICA	52 min.	06h. 56 min.
EL ESCAPARATE	'DOCU-SHOW' DE COMPETICIÓN	52 min.	08h. 40 min.
EL PINCHAZO	CONCURSO	55 min.	188h. 50 min.
EN LA FRONTERA	REPORTAJES	52 min.	11h. 16 min.
ENTRE MUJERES	ENTREVISTAS	52 min.	11h. 16 min.
ESTO TIENE SOLUCIÓN	'DOCU-SHOW' DE INNOVACIÓN	52 min.	11h. 16 min.
FACTOR HUMANO	'DOCU-SHOW' DE ACTUALIDAD	52 min.	11h. 16 min.





FOTO DE FAMILIA	REPORTAJES	52 min.	11h. 16 min.
FUNTÁSTICOS	INFANTIL EDUCATIVO	26 min.	22h. 32 min.
GÜELCOM (BIENVENIDOS)	REPORTAJES	52 min.	45h. 04 min.
LA HISTORIA DE MURCIA JAMÁS CANTADA	'DOCU-SHOW' – HISTORIA – MUSICAL	52 min.	11h. 16 min.
LA VÍA VERDE	VIAJES	52 min.	11h. 16 min.
LAS BATALLITAS DE MI ABUELO	'DOCU-SHOW'	52 min.	11h. 16 min.
MIENTRAS TANTO EN MURCIA	FACTUAL HISTÓRICO – REPORTAJES	52 min.	11h. 16 min.
MURCIA DE FIESTA	REPORTAJES – 'DOCU-SHOW'	52 min.	08h. 40 min.
MURCIA SE MUEVE	REPORTAJES	26 min.	05h. 38 min.
MURCIA: UN AÑO DESPUÉS DEL CORONAVIRUS	DOCUMENTAL	70 min.	04h. 40 min.
MURCIA ME SUENA	MUSICAL	52 min.	33h. 48 min.
ORGULLOSAMENTE MURCIANOS	REPORTAJES	52 min.	11h. 16 min.
ORO MOLÍO	REPORTAJES	52 min.	39h. 00 min.
PARA QUE NO ME OLVIDES	ENTREVISTAS BIOGRÁFICAS	52 min.	11h. 16 min.
PASADOS POR AGUA	'DOCU-SHOW'	52 min.	08h. 40 min.
PEQUEÑOS DESCONOCIDOS	TESTIMONIOS	52 min.	11h. 16 min.
SUPERMURCIANOS	ENTREVISTAS Y REPORTAJES	52 min.	08h. 40 min.
TOP 7	'DOCU-SHOW'	52 min.	11h. 16 min.
YA ESTAMOS TODOS	MAGACÍN	105 min.	182h. 00 min.
YO TAMBIÉN	'DOCU-SHOW' – DISCAPACIDAD	52 min.	11h. 16 min.
ESTRELLAS DE MAR	'TALENT SHOW'	26 min.	28h. 10 min.
LA REGIÓN EN 4K	REPORTAJES	60 min.	104h. 00 min.
PLANETA AZUL	DOCUMENTAL	52 min.	10h. 24 min.
10 MUJERES 10: GRANDES MUJERES DE LA REGIÓN	SERIE DOCUMENTAL	60 min.	10h. 00 min.
REAL MURCIA: 100 AÑOS DE HISTORIA	SERIE DOCUMENTAL	52 min.	02h. 36 min.
LOS PUENTES SOBRE EL RÍO SEGURA	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.
MERCADOS DE ABASTOS DE LA REGIÓN	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.
30 AÑOS DE ONDA REGIONAL	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.
60º ANIVERSARIO DEL FESTIVAL INTAL. DEL CANTE DE LAS MINAS	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.
60º ANIVERSARIO DE LA D.O.P. VINOS DE JUMILLA (2021)	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.
LA CASA PINTADA DE MULA, 40 AÑOS BIC (2022)	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.
20º ANIVERSARIO DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DE LA REGIÓN DE MURCIA (2022)	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.
25º ANIVERSARIO DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE JAZZ DE SAN JAVIER (2022)	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.
40 AÑOS DEL ESTATUTO DE AUTONOMÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA (2022)	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.
40º ANIVERSARIO DE LA SEGREGACIÓN MUNICIPAL DE LOS ALCÁZARES (2023)	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.





CARAVACA DE LA CRUZ 2024, AÑO JUBILAR	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.
175º ANIVERSARIO DEL DESFILE DEL ENTIERRO DE LA SARDINA (2025)	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.
175º ANIVERSARIO DEL DESFILE DEL BANDO DE LA HUERTA (2025)	DOCUMENTAL	60 min.	01h. 00 min.

<sup>1</sup> El cómputo horario expresa la duración neta de la programación.

La propuesta del licitador, tal y como se espera, expone las horas netas de programación regional, que ascienden a 2.410 horas, y con relación a la otra propuesta que también las expone, se sitúa en términos cuantitativos por encima. Por otro lado, no es directamente comparable con el resto de las ofertas que no muestran la programación efectiva en términos cuantitativos. No obstante, anualizando las horas semanales propuestas en aquellos casos en los que no constan en la oferta, y teniendo en cuenta el resto de las consideraciones expuestas en el presente informe, se puede inferir que la propuesta horaria planteada se posicionaría en tercer lugar.

Al margen de los aspectos cuantitativos expuestos, la propuesta muestra, en los apartados referidos al detalle de sus programas, una completa descripción de los contenidos asociados a la programación ofertada, lo que denota un elevado grado de madurez, que es lo esperado para encauzar la ejecución.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones similares al resto de ofertas, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1 punto**.

**c. Propuesta relativa a la empresa NOW**  
*[Programación regional]*

La propuesta no incluye un apartado específico para la exposición del presente criterio de adjudicación, lo que dificulta su evaluación. Además, el cómputo de horas expuesto aparece desvirtuado, ya que no se indica expresamente, ni se desprende de la propuesta que se trate de horas netas, es decir, excluyéndose de su cómputo la publicidad, la autopromoción, cortinillas o patrocinios. El grado de indefinición se incrementa si tenemos en cuenta que, en contra de lo habitual, la propuesta incluye una sola parrilla para todo el año, sin especificar ningún tipo de programación específica para los meses de verano.

De lo expuesto en la propuesta, se puede inferir la siguiente estructura de programación regional de actualidad, entretenimiento y especializada:

ESTRUCTURA ANUAL DE LA PROGRAMACIÓN REGIONAL – NOW			
DENOMINACIÓN	GÉNERO/TIPO PROGRAMA	CÓMPUTO	CÓMPUTO
		HORARIO SEMANAL <sup>1</sup>	HORARIO ANUAL <sup>2</sup>





CONEXIÓN 12 <sup>3</sup>	MAGACÍN INFORMATIVO	12h. 30 min.	---
CRÓNICA NEGRA	ACTUALIDAD	1h.	---
7 DÍAS Y 7 NOCHES	ACTUALIDAD	1h.	---
DE CERCA CON...	ENTREVISTAS	1h.	---
SOMOS MURCIA (2ª PARTE)	MAGACÍN DE ENTRETENIMIENTO	7h. 30 min.	---
X LA CARA	'GAME-SHOW'-CONCURSO	2h. 30 min.	---
TE QUIERO A TÍ	ENTRETENIMIENTO	2h.	---
MÚSICA VIVA	MUSICAL	1h.	---
MURCIA TOTAL <sup>4</sup>	ENTRETENIMIENTO – DIVULGATIVO	10h. 30 min.	---
EN CLAVE DE SHOW	ENTRETENIMIENTO	3h. 30 min.	---
ENSEÑAME TU COLE	DIVULGATIVO – INFANTIL	30 min.	---
MURCIA DEBATE	DEBATE	3h. 30 min.	---
DE FIESTA EN FIESTA	ENTRETENIMIENTO	1h.	---
LO MEJOR DE... TE QUIERO A TÍ	ENTRETENIMIENTO	1h.	---
SOMOS MURCIA (1ª PARTE)	MAGACÍN DE ENTRETENIMIENTO	5h.	---
¿DRONDE VAS, BONICO?	DIVULGATIVO	1h.	---
FESTIVAL DE AROMAS	DIVULGATIVO	1h.	---
ARADO Y QUILLA	DIVULGATIVO	1h.	---
VER, COMER, SENTIR	FACTUAL – 'DOCU-SHOW'	1h.	---
INTEGRA2	FACTUAL – 'DOCU-SHOW'	30 min.	---
CREYENTES	DIVULGATIVO	30 min.	---
NO DA IGUAL	DIVULGATIVO	30 min.	---
MURCIA DIGITAL	DIVULGATIVO	30 min.	---
K DE CULTURA	DIVULGATIVO	1h.	---

<sup>1</sup> El cómputo horario semanal no expresa la duración neta de la programación al no estar definida en la propuesta, lo que dificulta la evaluación comparativa.

<sup>2</sup> El cómputo horario anual no figura en la propuesta.

<sup>3</sup> Incluye espacio de medio ambiente.

<sup>4</sup> Existen contradicciones entre lo expuesto en la parrilla de programación que figura en la página 120 de la propuesta y la ficha del programa que figura en la página 179 de la propuesta, en relación con los días de emisión y la duración del programa. A efectos del cómputo horario, se ha considerado que prevalece la parrilla de programación.

Tal y como se ha puesto de manifiesto, la estructura de la programación regional propuesta no permite conocer el número de horas de programación anual efectivas. No obstante, teniendo en cuenta el número de horas ofertadas, lo dispuesto al respecto en la Ley General de Comunicación Audiovisual y las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, se puede concluir un resultado que posicionaría la propuesta en segundo lugar.

Al margen de los aspectos cuantitativos expuestos, la propuesta muestra una muy escasa descripción de los contenidos asociados a la programación ofertada, tal y como se pone de manifiesto en el apartado correspondiente a la parrilla de programación, que no es lo esperado para encauzar la ejecución.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores al resto de ofertas, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,5 puntos**.





d. **Propuesta relativa a la empresa PROMECAL**  
[Programación regional]

La propuesta muestra la siguiente estructura para la programación regional de actualidad, entretenimiento y especializada:

ESTRUCTURA ANUAL DE LA PROGRAMACIÓN REGIONAL – PROMECAL			
DENOMINACIÓN	GÉNERO/TIPO PROGRAMA	CÓMPUTO HORARIO SEMANAL <sup>1</sup>	CÓMPUTO HORARIO ANUAL <sup>2</sup>
CORRO DE ALEGRÍA	MAGAZÍN ACTUALIDAD	8h. 45 min.	---
MURCIA EN VIVO	MAGAZÍN ACTUALIDAD	8h. 20 min.	---
EL CORREPUEBLOS	DIVULGATIVO	25 min.	---
TOMA LA PALABRA	DIVULGATIVO	25 min.	---
IMPLICADOS	DIVULGATIVO – SOCIAL	25 min.	---
MURCIA EN PLENO <sup>3</sup>	ACTUALIDAD POLÍTICA	2h. 30 min.	---
NO HAY ENTRADAS	MUSICAL	25 min.	---
EL JARDIN DE LAS DELICIAS	CULTURAL	25 min.	---
EL SUPER VECINO <sup>4</sup>	CONCURSO DIVULGATIVO	25 min.	---
MI FIESTA ES LA MEJOR	DIVULGATIVO	25 min.	---
EL TAXI	ENTREVISTAS	25 min.	---
CON LAS RAÍCES AL AIRE	DOCUMENTAL	25 min.	---
COCINA SOBRE RUEDAS	GASTRONOMÍA	25 min.	---
EL MANDIL	CONCURSO GASTRONÓMICO	25 min.	---
EL CLUB DE LOS RENACUAJOS	EDUCATIVO INFANTIL	1h. 15 min.	---
¡DALE AL COCO!	CONCURSO INFANTIL	25 min.	---
AHORA QUE ME ACUERDO	ENTREVISTAS	25 min.	---
CAMPO Y MAR	DIVULGATIVO	25 min.	---
¿SABÍAS QUE...?	DIVULGATIVO	25 min.	---
¡NO TE PARES!	DIVULGATIVO	25 min.	---
CON LOS PIES EN EUROPA	ACTUALIDAD POLÍTICA	25 min.	---
DOY FE	DIVULGATIVO	25 min.	---
REPORTAJE 45 REALIDADES	REPORTAJES	55 min.	---

<sup>1</sup> El cómputo horario semanal expresa la duración neta de la programación, salvo en aquellos supuestos que expresamente se especifique lo contrario.

<sup>2</sup> El cómputo horario anual por tipo de programa no figura en la propuesta.

<sup>3</sup> Existen contradicciones entre lo expuesto en la parrilla de programación que figura en la página 69 de la propuesta y la descripción del programa que figura en la página 54 de la misma, en relación con la duración del programa. A efectos del cómputo horario, se ha considerado que prevalece la parrilla de programación, sin que se haya podido determinar la duración neta del programa.

<sup>4</sup> Existen contradicciones entre lo expuesto en la parrilla de programación que figura en las páginas 69 y 70 de la propuesta y la descripción del programa que figura en la página 56 de la misma, en relación con la emisión en el periodo estival.

El licitador expone los aspectos cuantitativos de su propuesta de programación regional de forma global, indicando que la programación de servicio público de actualidad/entretenimiento supone un total de 16,6 horas de lunes a viernes y la programación especializada supone 7,5 horas de lunes a viernes y 4,17 horas los fines de semana. Anualizando las horas netas expuestas, la propuesta se sitúa claramente por debajo de la otra propuesta que también expone horas





netas de programación. Por otro lado, no es directamente comparable con el resto de las ofertas que no muestran la programación efectiva en términos cuantitativos. No obstante, anualizando las horas semanales propuestas en aquellos casos en los que no constan en la oferta, y teniendo en cuenta el resto de las consideraciones expuestas en el presente informe, se puede inferir que la propuesta horaria planteada se posicionaría en último lugar.

Al margen de los aspectos cuantitativos expuestos, la propuesta muestra una muy escasa descripción de los contenidos asociados a la programación ofertada, tal y como se pone de manifiesto en el apartado correspondiente a la parrilla de programación, que no es lo esperado para encauzar la ejecución.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores al resto de ofertas, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,5 puntos**.

e. **Propuesta relativa a la empresa TCERO**  
*[Programación regional]*

El licitador inicia su propuesta relativa al presente criterio refiriéndose al estudio de GECA sobre las preferencias de los espectadores en España, argumentando que lo han adaptado a la Región de Murcia bajo tres premisas básicas: cercanía, inmediatez y personalización, sobre las que han diseñado unos contenidos ex profeso para 7 TV Región de Murcia.

Programas de actualidad y entretenimiento, y programación cultural/divulgativa componen la propuesta del licitador para este apartado, que representan un total de 57,8 horas semanales (54,08 de ellas de servicio público). Al margen de estos programas, incluyen en esta sección de programación regional el detalle de las retransmisiones en directo y las galas especiales, y quedan excluidos los informativos y las retransmisiones deportivas, pese a tener un “mercado enfoque regionalista”, pero que ya han sido detallados en sus respectivos apartados.

La propuesta muestra la siguiente estructura para la programación regional:

ESTRUCTURA ANUAL DE LA PROGRAMACIÓN REGIONAL – TCERO			
DENOMINACIÓN	GÉNERO/TIPO PROGRAMA	DURACIÓN PROGRAMA <sup>1</sup>	CÓMPUTO HORARIO ANUAL <sup>1</sup>
A MEDIA MAÑANA	MAGACÍN	160 min.	666,7 h.
9x5	PROGRAMACIÓN ESPECIALIZADA	45 min.	195 h.
TARDEO	PROGRAMACIÓN ESPECIALIZADA	30 min.	125 h.
LA TARDE CONTIGO	MAGACÍN	75 min.	312,5 h.
LA RED DE MURCIA	MAGACÍN	120 min.	500 h.
MURCIANADAS	HUMOR	60 min.	250 h.
COMANDO MURCIA	‘DOCUSOAP’	60 min.	40 h.
VINE Y... ME QUEDÉ	‘DOCUSOAP’ – INTEGRACIÓN SOCIAL	60 min.	40 h.





ENTRE TÚ Y YO	ENTREVISTAS	30 min.	20 h.
LOCAL DE ENSAYO	PROGRAMACIÓN ESPECIALIZADA – MUSICAL	135 min.	90 h.
ADOLESCENTES 12+1	PROGRAMACIÓN ESPECIALIZADA – JUVENIL	60 min.	40 h.
PUEBLOS CON AROMA	PROGRAMACIÓN ESPECIALIZADA - GASTRONOMÍA	60 min.	104 h.
MURCIA EN LA MOCHILA	PROGRAMACIÓN ESPECIALIZADA – TURISMO	60 min.	104 h.
DE UN VISTAZO	PROGRAMACIÓN ESPECIALIZADA – ARCHIVO HISTÓRICO	120 min.	80 h.
LA RED DE MURCIA RESUMEN SEMANAL	MAGACÍN	135 min.	90 h.
LA EXTRA	CONCURSO	60 min.	40 h.
COMEDYANTES	HUMOR	120 min.	80 h.

<sup>1</sup> El cómputo horario expuesto no expresa la duración neta de la programación al no estar definida en la propuesta, lo que dificulta la evaluación comparativa. Tampoco se puede inferir que las horas expuestas sean netas. Para acreditar lo expuesto, a modo de ejemplo, se puede indicar que el programa 'A media mañana', que se emite de lunes a viernes y es el que más horas aporta a la parrilla, según la tabla que figura en la página 52 de la propuesta tiene asignadas 250 emisiones anuales, con una duración de 160 minutos cada una, que coincide con el tiempo asignado en la parrilla, totalizando 666,7 horas anuales. Además, los programas 'Pueblos con aroma' y 'Murcia en la mochila', que se emiten los sábados y domingos, según la tabla citada anteriormente, tienen asignadas 104 emisiones anuales cada uno, con una duración de 60 minutos cada una, que coincide con el tiempo asignado en la parrilla, totalizando 104 horas anuales a cada uno de ellos.

El licitador expone que la programación regional ofertada supone 57,83 horas a la semana y 2.777,20 horas anuales, que tal y como se ha puesto de manifiesto no son efectivas. En términos cuantitativos, la propuesta se sitúa por debajo de las otras dos ofertas que tampoco muestran horas de programación efectivas. Por otro lado, no es directamente comparable con el resto de las ofertas que muestran la programación efectiva. No obstante, a efectos meramente indicativos, en función de las horas anuales propuestas, y considerando los porcentajes aplicados en la página 101 de la propuesta para el cálculo de las horas netas de programación de servicio público, se puede inferir que la propuesta horaria planteada se posicionaría en cuarto lugar.

Al margen de los aspectos cuantitativos expuestos, la propuesta muestra una adecuada descripción de los contenidos asociados a la programación ofertada en relación con la programación regional, tanto con una breve ficha en el presente apartado como de manera más detallada en el apartado correspondiente a la parrilla de programación, que es lo esperado para encauzar la ejecución, aunque en el número de horas semanal dedicado a la programación de contenidos relacionados con la Región la propuesta se sitúe por debajo de la media de las ofertas.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones similares al resto de ofertas, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1 punto**.





#### 6.2.4. Parrilla de programación (hasta 4 puntos)

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones:

*“Se valorará la calidad, variedad e interés de la programación de la oferta presentada, así como la producción independiente regional y la defensa de los intereses del mercado audiovisual de la Región de Murcia, se deberá presentar una parrilla de contenidos, con especificación del tipo de programa (informativos, música, deportes,...), distinción de si es o no de servicio público y del tipo de producción (propia, coproducción, encargo, ajena), que se emitirán los siete días de la semana y las veinticuatro horas del día (si en alguna franja horaria no se pensase emitir, se indicará en el cuadro como "no emisión"), informando de forma clara la duración horaria de cada programa. Se señalarán, asimismo, los supuestos de redifusión. Se indicará claramente aquellos programas cuyo contenido esté relacionado con la Región.*

*La parrilla de contenidos presentada será de obligado cumplimiento para la empresa adjudicataria, en cuanto a la distribución de los tipos de programa, tipos de servicio y tipos de producción. Cualquier variación en cuanto a estos aspectos precisará de una aprobación previa por parte del Jefe del Departamento de Control del Servicio Público de comunicación audiovisual de RTRM (JDCSP).*

*Se deberá aportar una tabla con el reparto horario de cada género, descontando las redifusiones”.*

Por otro lado, teniendo en cuenta que en los apartados anteriores ya se han expuesto las diferentes estructuras de programación propuestas por los licitadores (programación y cobertura informativa, deportiva y regional), no se reproducirán nuevamente en este apartado para evitar reiteraciones innecesarias, pero se podrán efectuar referencias para documentar adecuadamente la evaluación del presente criterio de adjudicación.

a. **Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET**  
*[Parrilla de programación]*

El licitador introduce su parrilla de programación limitándose a lo establecido en el PCAP (*“contenidos de calidad, variada y de interés, con mucha producción independiente regional en una clara defensa del mercado audiovisual de la Región de Murcia”*). Previamente, como ya reseñamos en el apartado referente a la programación informativa, el licitador se compromete a una programación diaria con 24 horas de emisión y sin redifusiones, indicando que los contenidos informativos serán producidos directamente por la UTE y todo el resto de los contenidos se encargará a productoras murcianas, sin que conste sobre esto último en la propuesta ningún compromiso de prestación de servicios en el sentido indicado.

También fuera del apartado referido a la parrilla de programación, el licitador expone los principios y objetivos de la programación, así como los compromisos que afectan a la totalidad de la programación, donde se reproduce lo dispuesto al efecto en el apartado B del Anexo 2 del PPT. Asimismo, en relación con las estrategias en la estructura de la parrilla, se destaca su





horizontalidad, para fidelizar a la audiencia con una parrilla estable y lineal; complementariedad, sobre todo respecto a los informativos nacionales; actualidad; ruptura de la programación por la retransmisión de fiestas y eventos significativos, así como por la actualidad informativa; y la parrilla especial de verano, que tiende a la confusión, al indicar expresamente la oferta: *“Durante el verano continuarán la mayoría de los programas que se han programado durante todo el año, pero con formas y horarios distintos”*, y posteriormente no proponer una parrilla específica para los meses de verano, como ya se expuso en el apartado correspondiente a la programación regional.

La propuesta muestra una parrilla que no sigue las especificaciones marcadas en el PCAP, ya que únicamente contiene la denominación de los diferentes programas y su duración horaria. La determinación del tipo de programa se muestra en una tabla desagregada de la parrilla.

Por otro lado, en cuanto al carácter de servicio público, se indica que ascenderá a 164 horas semanales de programación, excluyendo de ese computo la publicidad, la autopromoción, cortinillas o los patrocinios, cuyo cálculo no se determina, es decir, comprendería la totalidad de las horas de programación, exceptuando las 4 horas semanales asignadas a la programación ajena.

En relación al tipo de producción, en primer lugar se define la producción propia compuesta por los programas informativos y de debate político con una duración de 59,5 horas semanales de programación no efectivas; en segundo lugar, a través de una tabla se muestra la programación que requerirá encargos de producción, que totaliza 104,5 horas no efectivas semanales; y por último, la programación ajena, que totaliza 4 horas no efectivas semanales. Para finalizar, la identificación de los programas cuyo contenido esté relacionado con la Región se muestra en sendas tablas desagregadas de la parrilla, que totalizan 157,5 horas no efectivas de programación.

En cumplimiento de lo dispuesto en el PCAP, la propuesta contiene una tabla con el reparto horario de cada género.

En general, la estructura de la programación ofertada tiene ese carácter horizontal reseñado, al exponer una parrilla lineal que ayuda a fidelizar al espectador (Matinal-Cada día-Entrevista-Tertulia-Informativo comarcal-Informativo mediodía-Hay Empleo-Murcia directo-Comarcal tarde-Informativo tarde-Informativo noche-Música Murcia-Rodillo informativo). No obstante, la franja horaria de 21:00 a 23:00 horas viene muy fragmentada, con hasta 10 programas diferentes entre lunes y viernes.

Entre la programación citada, la de actualidad/entretenimiento está conformada por los programas ‘Cada día’, ‘Tertulia’, ‘Murcia directo’ y ‘Asamblea Regional’, con un total de 26 horas semanales que, como se especificó anteriormente, no son efectivas.

La programación especializada, por otro lado, está conformada por los programas ‘TIC’, ‘Rincones’, ‘Murcia natural’, ‘Guapa Murcia’, ‘Música Murcia’, ‘TIC fin de semana’, ‘Emprendedores’, ‘Videomatón’, ‘Culturama’ y ‘Mi pueblo es mejor’, ofertando un total de 34 horas a la semana, que tampoco son efectivas.





Con carácter general, la propuesta expone la programación a través de una escueta ficha y una breve descripción del programa en cuestión, resultando insuficiente para poner de manifiesto el grado de elaboración que presenta la programación ofertada, no siendo, por lo tanto, lo esperado para encauzar la ejecución. Tan solo en algunos programas destacados de la parrilla, como el magacín matinal 'Cada día', hay algo más de desarrollo, pero no el suficiente para el peso del programa. También es reseñable el escaso tratamiento de algunos nombres de programas ('Tertulia'), así como la adecuación del nombre al contenido del programa ('Guapa Murcia', por ejemplo, para el programa sobre igualdad y lucha contra la violencia de género).

En acreditación de lo expuesto sobre el escaso desarrollo descriptivo de los programas, además de la referencia realizada en el apartado relativo a la programación regional al programa 'Música Murcia', se indica a continuación el tenor de la descripción de un programa que contiene la oferta, para apreciar su breve elaboración:

- 'Mi pueblo es mejor', programa con una hora de duración y de emisión semanal, los sábados a las 22:00 horas: *"Programa concurso en el que se enfrentarán dos pueblos o localidades de la Región de forma amistosa. Cada localidad elegirá a varios representantes que tendrán que enfrentarse en diferentes pruebas deportivas, de ingenio y de habilidad que irán puntuando hasta que al final se obtenga un ganador. En la primera etapa del programa los pueblos se irán clasificando para la segunda, que será una eliminatoria. Al final de la temporada sólo un pueblo resultara como ganador final"*.

En relación con las transmisiones en directo de eventos de interés general, el licitador propone 95 transmisiones, totalizando 114 horas anuales, por encima de las 80 exigidas en el PPT. La propuesta, al margen de lo expuesto, únicamente contiene un listado con la relación de eventos y la localidad donde se celebran, y no acredita la retransmisión de los principales eventos del Año Jubilar de Caravaca de la Cruz.

En cuanto a los debates, la propuesta se limita a reproducir las exigencias en esta materia expuestas en el PPT.

En relación con los programas especiales, la propuesta es poco precisa, indicando en la página 172 que *"emitiremos, al menos, unas 12 galas anuales, lo que supone un total de unas 24 horas anuales"*, mientras que en la página 198 se asume el compromiso de destinar 18 horas anuales a la emisión de galas. Entre las galas propuestas figuran ejemplos de las que pueden considerar de interés, como la Gala Institucional del Día de la Región, Gala Sardinera, Gala del Turismo o la Gala de los Premios al Mérito Deportivo, pero sin aportar más detalles.

Asimismo, se indica que se emitirán festivales y galas organizadas por la propia televisión autonómica como la de aniversario o las de los diversos programas que se emitan, pero sin precisar tampoco datos adicionales.

La propuesta expone a continuación la programación para el incremento de las horas de servicio público, y ofrece una o varias soluciones para cada uno de los géneros que cita el PPT para completar las horas de servicio público:





- Gastronomía de la Región, lugares/locales emblemáticos, nuestros restauradores, etcétera: 'Gastromurcia'
- De contenido costumbrista, en el que conocer las localidades de la Región, su historia, sus gentes y costumbres: 'Costumbrista'
- Entrevistas para conocer a los 'grandes hombres y mujeres de nuestra Región': escritores, músicos, pintores, médicos, escultores, etcétera: 'Entrevistas' y 'Nunca es tarde'
- De acercamiento a la Unión Europea: legislación que nos afecta, quiénes nos representan, nuestro papel en la Unión, etcétera: 'UE'
- Sobre sectores económicos de la Región (agricultura, pesca, turismo, etc.), empresas innovadoras y emprendedores: 'Agropesca' y 'Agrovida'
- Música de actualidad y tendencias, con referencia expresa a grupos musicales murcianos, murcianos que crean tendencia en moda, en literatura, etcétera: 'La cima del éxito' y 'Decibelios'
- Destinados al público infantil, de carácter lúdico y educativo: 'Infantil' e 'Infantil-juvenil'
- De inserción laboral, en el que se explique cómo encontrar trabajo, como hacer un currículum, se den a conocer ofertas de trabajo del SEF, se ponga en contacto a ofertantes y demandantes de empleo: 'Hay empleo'
- Dedicados a los colectivos en exclusión social y con discapacidades, que difundirá sus problemas, anhelos y su visión de la realidad social que les rodea: 'Discapacitados'

Para estos programas también son atribuibles las carencias ya reseñadas: están poco desarrollados, a través de una escueta ficha y una breve descripción del programa en cuestión, resultando insuficiente para poner de manifiesto el grado de desarrollo que presenta la programación ofertada, y tampoco hay apenas proceso de elaboración del nombre de algunos programas propuestos ('Entrevistas', 'Infantil', 'Discapacitados', 'UE', 'Costumbrista').

Como punto fuerte, además de la ya referida horizontalidad, podemos destacar el peso del programa de inserción laboral 'Hay empleo', de lunes a viernes a las 16:00 horas, que se configura como una ventana importante de servicio público para todos los ciudadanos de la Región que busquen empleo.

Según se expone, el licitador contempla la adquisición de producción ajena, enfocada exclusivamente a títulos cinematográficos. En concreto, se prevén dos emisiones semanales, una los sábados de 23:00 a 1:00 horas, y otra los domingos de 22:00 a 00:00.

Tal y como se puso de manifiesto, el licitador propone una única parrilla de programación para todo el año. Además, la propuesta no prevé títulos adicionales, que proporcionen alternativas a los expresamente asignados a la parrilla de programación, por lo tanto, no se prevé la rotación de títulos ni la revisión de la parrilla a fin de adecuarla, en su caso, al interés del servicio público de comunicación y a la audiencia.

El comienzo de las emisiones se aborda sucintamente, exponiendo que a los 15 días del inicio del servicio, estarán en antena los nuevos programas informativos, deportivos, de tertulia y entrevistas, es decir, los que producirá directamente el adjudicatario. La parrilla de transición





propuesta estará conformada por los programas expuestos y la programación ajena, completándose el resto con contenidos que se emiten actualmente. Según sus previsiones, aproximadamente un mes después del inicio del servicio ya estará en el aire toda la parrilla comprometida.

Como conclusión, se puede indicar que la propuesta realiza una escasa descripción de la programación ofertada; no aporta informes, análisis u otro tipo de datos que sustenten el interés de la propuesta de programación; no incluye las horas efectivas de programación; deja entrever la variación de la programación en el periodo estival y no propone parrilla de programación específica para este periodo; oferta una parrilla que no se ajusta a las especificaciones del PCAP y, además, no prevé su revisión ni la rotación de títulos; no acredita la retransmisión de determinados eventos exigidos en el PCAP; presenta un grado de concreción inferior a otras ofertas en relación con la producción independiente regional; y no propone actuaciones tendentes a la defensa de los intereses del mercado audiovisual de la Región de Murcia.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, relativo a la metodología empleada, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1 punto**.

b. **Propuesta relativa a la empresa CBM**  
*[Parrilla de programación]*

El licitador inicia la exposición de los criterios de programación, como ya hemos reseñado anteriormente, con los datos del informe 'Análisis de situación de audiencia de la cadena: 7 TV Región de Murcia' de Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media, incluido como anexo a la propuesta, que refleja el incremento de 1,9 puntos porcentuales de septiembre a noviembre de 2020 en relación al mismo periodo del año anterior. El planteamiento general de la oferta se basa en la evolución creciente de La 7 en sus cinco años de gestión, tanto en términos de audiencia como de cuota de pantalla y posicionamiento, así como en el arraigo de su marca en el imaginario de los ciudadanos y ciudadanas de la Región de Murcia.

Según el licitador, el informe citado, que analiza los resultados desde septiembre de 2019 hasta el 11 de noviembre de 2020, pone de manifiesto que 7 TV obtiene sus mejores resultados en las franjas de mañana, sobremesa y tarde. Además, el tramo del *access prime-time* (20:30—22:00 horas) también se encuentra entre las franjas más sólidas de la cadena, éxito debido en gran medida a los servicios informativos, tal y como se puso de manifiesto en el apartado relativo a la programación informativa. Los datos también muestran el crecimiento de 7 TV ante los acontecimientos informativos, como la DANA o la crisis sanitaria, lo que, asegura el licitador, lo han convertido en referente informativo.





A partir de estos datos, CBM construye su parrilla, basada, según explica el licitador, en un modelo que funciona actualmente en términos de audiencia, más la ampliación de géneros televisivos, con nuevas franjas para producción regional, y la renovación de programas de éxito con mejoras. Así, propone afianzar y prolongar las franjas de éxito ('Noticias matinal', 'Quédate conmigo', 'Noticias 1' y 'Murcia Conecta'), y recuperar para la sobremesa 'Ailoviu', avalado por los datos de sus reposiciones, para configurar así 13 horas ininterrumpidas de directo (de 8:00 a 21:00 horas) de lunes a viernes, a través de espacios diferenciados pero con el denominador común de la actualidad regional, la proximidad, la identidad murciana, el servicio público, la producción regional y la atención continua a lo que pueda acontecer en la Región.

En las franjas con datos de audiencia más flojos (*prime time*, *late night*, madrugada, fin de semana), el licitador propone reforzar su estrategia de programación con programas de producción regional para el *prime time*, más programación deportiva para las mañanas y las tardes del fin de semana y un nuevo magacín de tarde para sábados y domingos, similar a los existentes entre semana, para dar protagonismo a todos los municipios de la Región.

En este planteamiento inicial, el licitador resalta igualmente el acierto en el tramo horario *access prime time* del concurso diario 'El Pinchazo', que por un lado arrastra audiencia al *prime time* y, por otro, al ser de creación propia, le ofrece la posibilidad de explotarlo en otros circuitos televisivos, comprometiéndose a promover su venta a otras cadenas autonómicas. También incluyen en este planteamiento las apuestas por la producción propia y regional, por la propiedad intelectual de la Región, por el directo y el compromiso con la actualidad, en una parrilla flexible que adaptará sus contenidos a los últimos acontecimientos de interés de la Región, y por los rostros locales como activos de la cadena.

El licitador ha diseñado, según se expone, un modelo de participación de la audiencia moderno, eficaz y totalmente accesible, para ello se propone una aplicación móvil de participación ciudadana, que permitirá al espectador compartir videos, fotos o audios, en consonancia con la tendencia periodística del 'Mojo', *mobile journalism*, por la que los espectadores se convierten en comunicadores.

En relación con el posicionamiento, se parte de un 2,96% de cuota media en el último periodo de gestión indirecta y se pretende superar el 4% de cuota media al final del próximo periodo de ejecución del contrato, después de, asegura el licitador, haber logrado los dos objetivos exigidos en el contrato programa, alcanzar el 2,5% de cuota media anual de la cadena y superar en 2 puntos la media anual de la cadena con sus informativos.

En este contexto, el licitador propone dos estrategias transversales para buscar nuevos públicos: la apuesta por la innovación en contenidos y una nueva estrategia digital para 7 TV. Aquí cabe reseñar también el proyecto realizado por una agencia de referencia de la Región, también incluido como anexo, en el que se simplifica y unifica la nomenclatura tal y como es reconocida por la audiencia (LA 7), una evolución del *namimg* con ajustes del logotipo para alcanzar un rediseño integral de la marca de la televisión autonómica de la Región.

Para arrancar propiamente con la planificación estratégica y las parrillas de programación propuestas, el licitador establece, a través de una declaración responsable, su compromiso, en caso de resultar adjudicatario, de llevar a cabo el comienzo de las emisiones desde el mismo día





de la firma del contrato, con la misma calidad, prestaciones y programación actuales, mejorando el plazo máximo de 2 meses establecido en el PPT.

En relación con la parrilla propuesta, el licitador expone que es el resultado de cinco años de experiencia para probar el rendimiento de géneros y títulos en franjas concretas y la eficacia de la estrategia de programación. Por ello, se apuesta por la continuidad de aquellos espacios que ofrecen garantía de éxito en términos de audiencia y reconocimiento de servicio público, con la inclusión de ciertas mejoras, representando el 74% de la programación en la parrilla, frente al 26% que suponen los nuevos títulos. Este modelo, según el licitador, viene avalado por numerosos premios y reconocimientos que se citan en un anexo a la propuesta, destacando la Antena de Oro de la ARTV a 7 TV como mejor televisión autonómica de España en el año 2019.

La propuesta incluye 5.290 horas anuales de producción propia regional, de las cuales el 88% (4.650 horas) son de servicio público, excluyéndose de su cómputo la publicidad, la autopromoción, las cortinillas y los patrocinios, lo que supone un incremento del 48,6% sobre las exigencias horarias del PPT. La producción de servicio público se distribuye en 1.806,65 horas de servicios informativos, 413,50 de programación deportiva; 1.369,22 de programación de actualidad/entretenimiento; 752,94 horas de programación especializada; 247,65 horas de transmisiones en directo; 15 horas de programas especiales y 45,50 horas de debates. Además, la propuesta incluye una tabla donde se detalla la planificación horaria mensual de los contenidos de servicio público desglosados por género, para el ejercicio 2021, lo que pone de manifiesto el elevado grado de detalle de esta.

El licitador a través de su política de actualización de programas asegura la renovación trimestral de, al menos dos títulos de *prime time* y dos en fin de semana, presentando una estructura de programación acorde a lo expuesto. En este sentido, el licitador establecerá semestralmente convocatorias públicas a todas las productoras regionales comunicando sus necesidades de contenidos por franjas, géneros y temáticas para que estas puedan enriquecer la parrilla con propuestas propias originales.

Por otro lado, también se expone, en relación con la permanencia de los programas en la parrilla, que el licitador puede considerar la cancelación de un programa que no cumpla con los objetivos de audiencia establecidos, después de haberse emitido, al menos, cuatro entregas de este. Igualmente, si el programa no cumple con los objetivos de calidad, tiene reparos del defensor del espectador o presenta elevada crítica de la audiencia, el licitador se compromete a su retirada y la activación de un nuevo título que lo reemplace.

En materia de sinergias con 'Onda Regional de Murcia', el licitador establece, a través de una declaración responsable, su compromiso de ofrecer a la cadena la colaboración y cooperación necesaria para dar promoción y difusión de sus programas y profesionales en los contenidos de 7 TV y facilitar aquellos materiales informativos que sean de su interés, y a establecer líneas de colaboración para la promoción de ambas cadenas entre los ciudadanos de la Región de Murcia.

La oferta contiene dos propuestas de parrillas de programación que garantizan la emisión continuada las 24 horas del día de lunes a domingo durante todo el periodo de gestión por parte del licitador. Una de ellas genérica, que incluye los meses de septiembre a junio y otra de verano, para los meses de julio y agosto. Las parrillas muestran parámetros de producción para cada uno





de los espacios (Servicio público; Producción propia que no implica encargos de producción; Encargos de producción; Producción ajena; Producción regional), y se incluyen las redifusiones. Asimismo, las parrillas distinguen por colores los distintos tipos de programación (Informativa; Actualidad/Entretenimiento; Deportiva; Especializada; Retransmisiones). Según se expone son una representación universal de la programación, que a la hora de llevarse a cabo se adapta a las transmisiones en directo de acontecimientos de interés, eventos regionales, calendario deportivo de la temporada, la actividad política, los programas especiales, los acontecimientos informativos, las noticias de última hora, así como cualquier otro tipo de necesidad de programación que puedan afectar a la parrilla.

En las parrillas de programación propuestas, el licitador designa con títulos específicos aquellos espacios de la programación considerados estructurales y que no sufren variaciones a lo largo de los trimestres, mientras que para el caso de las franjas horarias con programas que experimentan rotación o estacionalidad de títulos se opta por designar los espacios como 'PT' (*prime time*) o 'Divulgativo', lo que posibilita emitir cualquiera de los programas propuestos por el licitador en el catálogo de títulos que oferta para cada categoría, que garantizan ampliamente la cobertura de dichas franjas. El licitador ofrecerá una propuesta de combinación de esos títulos para las parrillas trimestrales.

Según se expone, la parrilla de verano dará continuidad a tres de sus magacines estructurales durante el resto del año 'Quédate conmigo en La7', 'Murcia conecta' y 'Ya estamos todos'. En la franja de sobremesa se ofrece un espacio de producción propia diario dedicado a la gastronomía regional, y la franja del *access prime time* se renueva con un nuevo espacio dedicado a las tradiciones, costumbres y festividades de la Región, que se extiende también al fin de semana, 'Murcia a la vista'. Por último, el *prime time* se refuerza con la oferta de dos nuevos programas diseñados especialmente para los meses de julio y agosto: 'Pasados por agua' y 'Murcia de fiesta'.

La propuesta también muestra otras dos parrillas de programación, una genérica y otra de verano, con títulos asignados, con el objetivo de ofrecer de forma clara una referencia de programación con programas especializados.

En materia de normas técnicas para la producción de contenidos y del modelo de datos para la catalogación de contenidos del gestor multimedia de RTRM, el licitador establece, a través de una declaración responsable, su compromiso de cumplir durante la vigencia del contrato lo dispuesto al respecto en los correspondientes anexos del PPT.

En la propuesta también se pone de manifiesto la transformación de la parrilla de televisión en contenido digital, a través del análisis de la parrilla genérica con programas asignados referida a los meses de septiembre a junio, indicando el número de publicaciones que se pueden generar a partir de la misma, un día laborable y otro de fin de semana. El análisis determina que en un día tipo laborable, se publicarían 14 contenidos en web y app, 14 en YouTube, 20 en Facebook, 20 en Instagram y 78 en Twitter, mientras que en un día tipo de fin de semana, 6 en YouTube, 11 en web y app, 12 en Facebook, 13 en Instagram y 49 en Twitter.

En relación con los programas de actualidad, entretenimiento y programación especializada, se indica que los primeros ocupan las llamadas franjas *day time*, que se emiten con regularidad de





lunes a viernes, y se concretan en programas de género magacín y debates de actualidad en directo, mientras que la programación especializada se localiza en el *access prime time* de lunes a viernes, la franja *prime time*, el *late night* y el fin de semana, especialmente por la mañana, comprendiendo programas de tipo divulgativo y de entretenimiento, que abarcan una amplia gama de géneros televisivos (entrevista, reportajes, 'docu-show', concurso, musical, infantil, 'talent show', etc.).

El licitador propone la ubicación en la parrilla de títulos considerados estructurales y que, por lo tanto, son regulares a lo largo del año, a la vez que proporciona una variada selección de títulos que proponen alternativas a las franjas que presentan más rotación en la parrilla a lo largo del año. En total, se ofrecen 4 propuestas para la programación de actualidad y entretenimiento, y 57 propuestas para cubrir las necesidades de programación especializada.

La propuesta de programación de actualidad y entretenimiento, según se expone, está fundamentada en tres líneas: dar continuidad a los programas de actualidad que se emiten actualmente en la parrilla, avalados por los datos de rendimiento ya citados ('Murcia conecta' y 'Quédate conmigo en La7'), en segundo lugar la recuperación de 'Ailoviu', y, por último, la incorporación de 'Tenemos que hablar', nuevo programa de debate político y social y que apuesta por la participación ciudadana.

Para cada uno de los programas citados la propuesta incluye una amplia descripción que con carácter general contiene una ficha técnica; una sinopsis; una explicación del desarrollo del programa, incluyendo secciones y elementos destacados del mismo; en su caso, una propuesta de mejoras; una detallada propuesta de escaleta; la contribución al servicio público; una propuesta de planificación multimedia y transmedia; elementos de innovación y de búsqueda de nuevos públicos; y una conclusión. Además, en la ficha técnica se indica una propuesta de producción, donde se incluye la productora o productoras a las que se les realiza el encargo y una propuesta de rostros.

En relación con la propuesta de producción, para los programas de actualidad y entretenimiento, se observa que el programa 'Tenemos que hablar' es de producción propia, y los programas 'Quédate conmigo en La7', 'Murcia conecta' y 'Ailoviu' se producirán a través de encargos de producción, asignados a 13 productoras domiciliadas en la Región de Murcia, implicando la coproducción entre ellas, con el añadido de que como anexo a la propuesta figuran los preacuerdos de encargos de producción con las productoras, en los que se indica la denominación del programa para el que se efectúa el encargo de producción, que podrá ser íntegro o parcial o bien en régimen de coproducción con un tercero o con el propio licitador, garantizando las partes su compromiso de participación en la producción del mismo.

En relación con la propuesta de rostros para los programas de actualidad y entretenimiento, se observa que todas las exposiciones contienen esta información. Además, como anexo a la propuesta se incluyen documentos suscritos por los interesados y el licitador, donde las personas propuestas como rostros de un programa se comprometen a la participación en el mismo con las funciones que en cada caso se especifican. En concreto, para los cuatro programas que componen este bloque figuran 21 documentos de compromiso.





Por otro lado, en la propuesta de programación especializada, que incluye 57 títulos, se expone que son programas con mayor rotación en la parrilla, siendo contemplados por temporadas y generalmente su permanencia en la parrilla se circunscribe a trimestres televisivos. El licitador expone que se ofrecen propuestas que combinan géneros televisivos, temáticas, narrativas, series de programas con diferentes duraciones y número de entregas por temporada con el objetivo de completar una propuesta diversa, plural y acorde a las tendencias televisivas del mercado.

A continuación, se hace una breve alusión a la programación especializada por franjas horarias, exponiendo únicamente algunos de los títulos más estructurales de la oferta, en concreto, en la franja *access prime time*, entre septiembre y junio se propone la continuidad del concurso 'El pinchazo' y en los meses de julio y agosto se propone un *docushow* 'Murcia a la vista', que recorre la geografía de la Región para mostrar los festejos, tradiciones y costumbres de los distintos municipios y pedanías; en la franja *prime time*, además de las producciones propias de estreno citadas anteriormente, se indica que se ofrece un catálogo de programas con 43 títulos que cubre ampliamente las necesidades; en la franja *late night* se ofrecen dos programas, uno de ellos musical que promociona a los artistas de la Región, denominado 'Murcia me suena', que se emitirá entre los meses de septiembre a junio; en la franja de tarde, se ofrecen tres programas, entre los que figura un concurso gastronómico denominado 'Así da gusto', que se emitirá de lunes a viernes en los meses de verano; en las mañanas del fin de semana, se proponen seis programas de carácter divulgativo con rotación en la parrilla para fomentar el estreno de nuevos títulos y la llegada a todos los públicos; en la tarde del fin de semana, con el objetivo de reforzar los resultados de audiencia, se ofrece el magacín 'Ya estamos todos'.

Por último, la propuesta justifica el cumplimiento de los requisitos que en esta materia exige el PPT, exponiendo los títulos del catálogo que dan respuesta a las exigencias de este, tal y como se indica a continuación:

- Espacio dedicado a cada uno de los 45 municipios que componen la Región de Murcia: 'Oro molío'
- Espacio sobre igualdad y lucha contra la violencia de género: 'Entre mujeres' y una sección de 'Quédate conmigo'
- Espacio sobre medio ambiente: 'Eco, Eco'
- Espacio sobre transformación digital y emprendimiento tecnológico: 'Esto tiene solución'

La propuesta expone que, además de cubrir los requerimientos con programas acordes a las necesidades expuestas, se refuerza la apuesta por estos espacios dentro de la programación, incorporando a estas temáticas géneros y elementos narrativos que los convierten en programas competitivos de *prime time* con el objetivo de aumentar su difusión, promoción y alcance. Además, en relación con el resto de los requerimientos que se citan, se proponen las siguientes soluciones:

- Gastronomía de la Región de Murcia, lugares/locales emblemáticos, nuestros restauradores, etc.: 'Así da gusto' y 'Cocinando con las estrellas'
- De contenido costumbrista, en el que conocer las localidades de la Región, su historia, sus gentes y costumbres: 'Pequeños desconocidos', 'Güelcom'





(Bienvenidos), 'En la frontera', 'Top 7', 'Oro molío', 'Las batallitas de mi abuelo', 'Murcia de fiesta'

- Entrevistas para conocer a los 'grandes hombres y mujeres de nuestra Región': escritores, músicos, pintores, médicos...: 'Supermurcianos', 'Para que no me olvides', 'Entre mujeres', '10 mujeres 10: Grandes mujeres de la Región'
- De acercamiento a la Unión Europea: legislación que nos afecta, quiénes nos representan, nuestro papel en la Unión, etcétera: 'Diario de sesiones'
- Sobre los sectores económicos de la Región (agricultura, pesca, turismo, etcétera), empresas innovadoras de la Región y emprendedores: 'Bienvenidos al campo', 'Orgullosamente murcianos', 'El escaparate'
- Música de actualidad y tendencias, con referencia expresa a grupos musicales murcianos, murcianos que crean tendencia en moda, en literatura, etcétera: 'Murcia me suena', '7 en línea'
- Destinados al público infantil, de carácter lúdico y educativo: 'FUNtásticos'
- De inserción laboral, en el que se explique cómo encontrar trabajo, como hacer un currículum, se den a conocer ofertas de trabajo del SEF, se ponga en contacto a ofertantes y demandantes de empleo: 'Murcia se mueve'
- Dedicados a los colectivos en exclusión social y con discapacidades, que difundirá sus problemas, anhelos y su visión de la realidad social que les rodea: 'Yo también'

Al igual que sucede con la programación de actualidad y entretenimiento, en la programación especializada la descripción de la programación, con carácter general, sigue el mismo patrón descrito anteriormente, presentando el mismo nivel de detalle. Toda la programación de este bloque se producirá a través de encargos de producción, figurando, en las fichas técnicas de las citadas descripciones, 33 propuestas expresas de asignación de producción a productoras regionales, y, en el anexo a la propuesta que ya se identificó anteriormente, 36 preacuerdos de encargos de producción con empresas productoras domiciliadas en la Región de Murcia, en los términos que, de forma general, también se citaron anteriormente.

En relación con la propuesta de rostros para la programación especializada, se observa que 14 programas contienen una propuesta de rostros, y que, en el anexo a la oferta, que ya se identificó anteriormente, figuran 13 documentos de compromiso relacionados con este bloque de la programación, en los términos que, de forma general, también se citaron anteriormente.

La descripción de los programas de tipo documental presenta una estructura diferente a la expuesta con anterioridad para el resto de programas, al estar conformada por una exposición conjunta de la promoción y extensión en redes sociales de los documentales unitarios y las series documentales, y una ficha que contiene una sinopsis individualizada de cada programa.

En la propuesta se expone que todos los programas pertenecientes a la programación de actualidad/entretenimiento y programación especializada son de producción propia e implican encargos de producción a productoras independientes regionales, y que con ello se busca el fomento del modelo de coproducción entre productoras de la Región de Murcia para el impulso del tejido audiovisual regional.





En la propuesta queda acreditado el cumplimiento de las exigencias del PPT en relación con las transmisiones en directo de eventos de interés general, ofertando 100 eventos anuales, a los que se suma la Santa Misa, que será retransmitida todos los domingos del año, totalizando 247 horas de retransmisiones en directo al año, es decir, se ofertan 34 eventos más y 167 horas adicionales a lo exigido en el PPT. La propuesta contiene una tabla donde se detalla, para cada uno de los eventos, el periodo temporal en el que se emitirá, proponiendo retransmisiones todos los meses del año, la localidad de emisión y la duración de la retransmisión, y además contiene la descripción de los diferentes eventos por perfiles. Asimismo, incluye 13 acuerdos de colaboración con distintas federaciones (peñas huertanas, moros y cristianos, carnaval, carthagineses y romanos), cabildos, hermandades y cofradías para la difusión a través de 7 TV de los correspondientes eventos.

En el ámbito de la relación con el sector y la inversión productiva, se incluye un preacuerdo de encargo de producción de contenidos 'retransmisión de eventos' con una empresa del sector audiovisual de la Región de Murcia.

Para finalizar la descripción del apartado relativo a las retransmisiones, se incluye como caso de estudio el 'Entierro de la sardina', donde se detallan las actuaciones necesarias para llevar a efecto la retransmisión. La propuesta también incluye un anexo donde se pone de manifiesto el dispositivo del licitador para las retransmisiones exteriores.

Continuando con la exposición del criterio, la propuesta aborda la emisión en directo de debates, acreditando el cumplimiento de lo dispuesto al respecto en el PPT. En concreto, se plantea la emisión, al menos, de los siguientes debates:

- Debate de presupuestos. Incluye el debate del techo de gasto, el debate de totalidad, el debate del dictamen y la votación, con una duración total estimada de 10 horas y 30 minutos.
- Debate del Estado de la Región. Incluye dos sesiones con una duración total estimada de 9 horas.
- Sesión de control al Gobierno. Un miércoles de cada mes, excepto en julio y agosto, con una duración total estimada de 17 horas y 30 minutos.
- En los años electorales, el debate de investidura. Incluye dos sesiones con una duración total estimada de 9 horas.
- Sesiones de comparecencia extraordinarias. La propuesta estima dos sesiones anuales con una duración total aproximada de 7 horas.
- La propuesta también contempla la cobertura de otros eventos extraordinarios como mociones de censura, comisiones de investigación, etcétera.

El cómputo horario anual ponderado en el periodo de gestión relativo a la emisión en directo de debates ha sido estimado en 45 horas y 30 minutos. La propuesta incluye una representación gráfica de la distribución horaria anual estimada por tipo de evento y un caso de estudio, donde se expone la cronología de actuaciones y el despliegue de medios personales y técnicos necesarios para la cobertura del Debate del Estado de la Región.

En relación con los programas especiales, la propuesta incluye la retransmisión de 9 galas anuales, con una duración total de 15 horas, lo que cubre ampliamente las exigencias del





PPT. Asimismo, incluye una representación gráfica de la distribución horaria anual estimada por tipo de evento, donde figuran los siguientes:

- Foro 'Comprometidos', relativo a la responsabilidad social corporativa.
- Gala sardinera, organizada por la Agrupación Sardinera.
- Gala premios 'Solidarios', organizada por el licitador.
- Premios 'Diario del campo', organizados por el licitador.
- Premios 'Murciano del año', organizados por el licitador.
- Foro 'Entre mujeres – Creadoras', organizado por el licitador en colaboración con el Ayuntamiento de Murcia.
- Gala anual de 'La7'.
- Premios micrófonos y antenas de plata de la Asociación de Profesionales de Radio y Televisión de la Región de Murcia.
- Gala del deporte, organizada por la Asociación de la Prensa Deportiva de la Región de Murcia y la Comunidad Autónoma.

Al igual que ocurría en los debates, la propuesta incluye un caso de estudio, donde se expone la cronología de actuaciones y el despliegue de medios personales y técnicos necesarios para llevar a cabo la Gala anual de 'La7', con un ejemplo de escaleta. Finalmente, la propuesta alude a la explotación comercial de estos eventos y a que la producción de programas especiales implica la realización de encargos de producción a empresas regionales y se fomenta el modelo de coproducción entre productoras de la Región de Murcia.

Según se expone, el licitador contempla la adquisición de producción ajena para terminar de aportar riqueza y diversidad de géneros a la parrilla y conformar una oferta pensada para todos los públicos, proponiendo un total de 458 horas anuales, lo que supone un 5,2% sobre el total de contenidos de la parrilla, indicando expresamente que no se destina ningún importe de la compensación económica a programación que no sea de servicio público. Se indica que la producción ajena estará exclusivamente enfocada a títulos cinematográficos, ya que, según la experiencia del licitador, las series y las telenovelas no cuentan con el respaldo de la audiencia.

Tras analizar el resto de cadenas autonómicas, especialmente las que presentan similitudes demográficas a 7 TV (CLMTV y Canal Sur), se ha optado por el cine español (comedia y copla). Según el licitador, siempre que sea posible, por catálogos, convenios y presupuesto, se procurará que la ficción haya sido realizada en la Región de Murcia, en su apuesta por la industria audiovisual regional. El resto de oferta de producción ajena se completará con títulos americanos y europeos de acción, drama, cine familiar y de aventuras. En los periodos de Semana Santa y Navidad se propone adquirir licencias cortas de cine histórico o navideño. La propuesta incluye compromisos de prestación de servicios con las empresas Video Mercury Films, S.A. y Bulow & Ryder Media Partners, S.L. para la provisión de contenidos de producción ajena.

La propuesta dedica un apartado a exponer la implicación del licitador con el fomento de la producción regional independiente, poniendo de manifiesto su apuesta por un modelo de producción independiente global que constituye el eje central de toda la parrilla de la cadena, de modo que, con la excepción de la labor periodística, todos los programas y servicios de producción audiovisual se contratarán a empresas de la Región de Murcia, aportando a tal





efecto una declaración responsable, donde el licitador se compromete a que todos los encargos de producción televisiva y digital de la parrilla se encargarán a productoras regionales independientes a través de convocatorias públicas y abiertas. También se indica que los preacuerdos de encargos de producción a productoras regionales benefician la vertebración económica de la Región, al estar domiciliadas y desarrollar su actividad en diferentes municipios. Según se desprende de la oferta, el conjunto de las productoras con las que se han suscrito acuerdos están domiciliadas en 12 municipios de la Región de Murcia.

En el siguiente apartado, la propuesta aborda el modelo de actuaciones en la relación con el sector, estableciendo un compromiso de transparencia con la creación de la figura del 'Responsable de programas y relaciones con el sector', para que la relación con RTRM y el sector audiovisual regional sea fluida y constante.

Además, se proponen las medidas directas e indirectas de fomento de la producción independiente regional que se indican a continuación:

#### 1. Medidas directas de fomento de la producción independiente regional.

- Dotación de equipamiento para las productoras independientes. La oferta expone que, si fuera preciso, el equipamiento que aportan las productoras para las tareas encargadas como delegación o productora de programas para 7 TV se completaría por parte del licitador con los equipos de cámara, edición y sonido precisos. Asimismo, se pone a disposición de las productoras independientes el sistema de compras del licitador y se posibilita la adquisición de nuevos equipos a través de fórmulas por las que el licitador asuma la inversión y los equipos sean arrendados a las productoras con opción de compra. Además, se exponen los medios que el licitador aporta a los centros de producción territoriales.
- Convocatorias públicas y abiertas de contratación de programas. Aunque la oferta incorpora preacuerdos de encargos de producción como ejemplo de actuación en su operación, se permite que estas productoras u otras puedan seguir aportando ideas de formatos. Para articular esta aportación de talento, el licitador establecerá dos convocatorias públicas anuales para *pitchings*, donde todas las productoras, hayan trabajado con el licitador o no, tendrán la oportunidad de aportar sus ideas, sin límite de aportación de proyectos. Las convocatorias serán publicadas en la web de 7 TV, en la plataforma 'Espacio sector', en los portales de las asociaciones profesionales del sector audiovisual en la Región; en los espacios informativos de la cadena; y a través de notas de prensa al resto de medios regionales. En este sentido, la propuesta alude a la suscripción de acuerdos de colaboración con asociaciones del sector: Asociación de empresarios de producción audiovisual de la Región de Murcia (Apromur), Asociación de profesionales y empresas del sector cinematográfico de la Región de Murcia (Cinemur), Asociación de mujeres de los medios audiovisuales de Murcia (AMMA) y Unión de actores y actrices de la Región de Murcia (UARM).
- Convocatorias públicas y abiertas relacionadas con la financiación anticipada de la producción europea (FOE). El licitador se compromete a contribuir anualmente





a la financiación anticipada de obra europea con el 6 por ciento de los ingresos computables definidos en el apartado 2.5 del PPT, en cualquier caso, es decir, tanto si se encuentra obligado conforme a lo dispuesto en el artículo 5.3 de la LGCA como si no lo estuviese, por no emitir productos audiovisuales con la antigüedad requerida. Este compromiso se articula, según establece el PPT, a través de una convocatoria para la presentación de proyectos realizada por el adjudicatario. Según la propuesta, se publicitará la convocatoria en la web de 7 TV y en todos los medios de acceso lineales y digitales de la cadena. Por otro lado, se expone, aunque no se aporta documentación que lo acredite, que la empresa (Secuoya Studios) cuenta con experiencia en la producción de títulos de ficción, y trabaja en este campo en proyectos con empresas como Netflix, Rakuten o Amazon Prime Video, y pone a disposición del proyecto esta experiencia para los proyectos seleccionados, así como soporte para financiación extra, a través de Agrupaciones de interés económico, subvenciones de las administraciones, Murcia Film Commission y fondos de inversión. Por último, expone como caso de estudio 'Litus', primera producción cinematográfica de la Región financiada con las fórmulas descritas.

- Compromiso de coproducciones y encargos de producción.
- Creación de un Fondo de Apoyo al Sector Audiovisual de la Región de Murcia (FASARM). Este fondo se nutrirá de aportaciones ajenas a la compensación del contrato —venta de derechos de emisión de obras financiadas a través del FOE e ingresos complementarios generados a través del Plan de Negocio— y posibilitará creaciones audiovisuales. El licitador se compromete a que el importe íntegro del fondo se destinará a productores regionales, así como a otros actores audiovisuales de la Región que trabajen mayoritariamente en el desarrollo de ficción, documentales y animación o que promocionen los valores socioculturales, comerciales o turísticos de la Región, propiciando modelos de producción que impulsen la creación de Agrupaciones de Interés Económico, ya que propician la transformación de un contenido audiovisual de ámbito cultural en un producto fiscal en el que inversores de sectores ajenos puedan invertir. También se propone la creación de un Comité de Expertos al servicio del fondo y acciones promocionales.

## 2. Medidas indirectas de fomento de la producción independiente regional.

- Nuevas fuentes de financiación relacionadas con la gestión publicitaria. Se plantean tres fórmulas de línea de financiación a partir de la gestión publicitaria como elemento de inversión-retorno (*Media for Equity*, *Media for Venture Debt* y *Media for Back-end*), ya descritas en el apartado correspondiente a las fuentes de ingresos adicionales. Los ingresos generados por estas fórmulas se destinarán al FASARM.
- Actuaciones para la distribución de contenidos y formatos de productores independientes de la Región. Se trata de un sistema de explotación de la parrilla basado en la venta a terceros de contenidos de interés nacional o internacional,





para ello el licitador ha suscrito un acuerdo de distribución Secuoya Contenidos, S.L., con un importe mínimo garantizado y otro variable en función de las ventas, como ya se puso de manifiesto en el apartado correspondiente a las fuentes de ingresos adicionales. El licitador se compromete a destinar el 50% del importe de la parte variable procedente de la distribución al fondo FASARM.

- Actuaciones para atraer producciones a la Región de Murcia. Se propone un modelo de producción de contenidos cinematográficos independientes en la Región que garantiza un retorno de las inversiones derivadas de la obligación de financiación anticipada de la producción europea, con una estructuración financiera basada en incentivos fiscales y en la aportación en equity de inversores a través de Agrupaciones de Interés Económico, ya descrita en el apartado de las fuentes de ingresos adicionales. El licitador se compromete a destinar el 50% de los retornos generados por esta fórmula al FASARM. Como ejemplo del licitador para atraer producción a la Región, se pone de manifiesto el programa 'Eso es amor', producido por una productora independiente regional para el canal temático de televisión de índole nacional 'Ten'. Además de lo expuesto, se proponen, entre otras, las siguientes actuaciones:
  - Concurso para la coproducción de un largometraje de promoción turística de la Región de Murcia.
  - Murcia *Audiovisuals Export Hub*, para distribuir obras audiovisuales en festivales y eventos cinematográficos de todo el mundo.
  - Festival internacional de series en español 'Iberseries'. Pretende la participación de la industria audiovisual de la Región en este evento impulsado por la Fundación Secuoya.
- Actuaciones de fomento de proyectos de entornos digitales.
- Actuaciones de *networking* y fomento de desarrollo de negocio. Foro y premios del sector audiovisual de la Región de Murcia.
- Actuaciones de mejora continua para profesionales del sector. El licitador propone la extensión de los planes de formación continua de sus profesionales al conjunto del sector audiovisual de la Región. Los productores y profesionales independientes podrán acogerse a estos planes de forma gratuita.
  - Murcia A/V Workshops. Propuesta de formación continua para profesionales a través de la puesta en marcha de tres talleres al año: el Taller de producción de ficción cinematográfica y serializada, el Taller de dirección cinematográfica y contenidos seriales y el de venta y distribución de contenidos cinematográficos y audiovisuales.
- Aplicaciones digitales. El licitador plantea impulsar la relación con el sector audiovisual de la Región de Murcia a través de plataformas digitales. En este sentido, tanto en la web como en la aplicación móvil, se habilitará 'Innova Hub', un espacio para profesionales donde los creadores audiovisuales pueden





presentar sus proyectos y sus necesidades económicas para que a su vez inversores especializados puedan financiarlos a través de vías legales que el licitador desarrolla; en el ecosistema de redes sociales, se creará un canal de Telegram para dar a conocer las noticias más relevantes; y en LinkedIn figurarán las noticias del sector y la información corporativa vinculada con la cadena.

- Espacio sector. La propuesta contempla una remodelación del centro de producción ubicado en Molina de Segura, donde se incluirá un espacio destinado a alojar a los profesionales del sector audiovisual regional, Murcia Content-Lab, para el encuentro entre productoras, gestor y ente público.

La propuesta expone también la estructura de las piezas audiovisuales *on air* (autopromoción, cortinillas, identificativos de cadena y sobreimpresiones gráficas) y las acciones *off air* (prensa, radio, *banners*, *merchandising*).

Para finalizar la exposición del criterio, la propuesta incluye un extenso apartado sobre la programación de los nuevos medios de acceso y servicios transmedia, indicando que la evolución del universo digital de 7 TV pretende convertirlo en un medio de comunicación digital independiente a la televisión y, al mismo tiempo, complementario a los contenidos de la emisión lineal. En este contexto, se propone una reflexión sobre un nuevo medio de acceso a los contenidos, que al no indicarse en el PPT no se ha incluido en la oferta por considerar que invadiría las competencias de RTRM, en concreto, una OTT de distribución de contenidos en vivo y/o a la carta, accesible desde una aplicación específica para dispositivos móviles y Smart TV, en la que solo se difundan los contenidos audiovisuales de 7 TV con derechos suficientes. La propuesta señala que, aunque 7 TV está presente en plataformas de distribución como Movistar y Vodafone a través de acuerdos con RTRM, sólo está accesible para usuarios que se conecten desde la Región de Murcia, debido a que se difunde la misma programación que en los canales de TDT en los que hay contenidos con derechos limitados al territorio regional. El licitador manifiesta su disposición a colaborar con RTRM para su creación y puesta en marcha, en el supuesto de que RTRM decidiera implementarla.

La propuesta detalla los contenidos para la plataforma web, y en relación con los contenidos para las aplicaciones móviles, se expone la aplicación basada en el portal web y la aplicación de participación ciudadana, que contará con un entorno para profesionales y otro para ciudadanos. La versión para profesionales permite retransmitir en directo desde el teléfono móvil y la de ciudadanos incorporar fotos y videos, que según la declaración emitida por la empresa Auren Consultores SP, S.L.P., que consta en la propuesta, cumple con los principios y obligaciones que establece la normativa de protección de datos aplicable. En relación con los contenidos para redes sociales, se indica que a las actuales (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube) se sumará la apertura de otros perfiles en Twitch, para los seguidores de eSports, y en Telegram, para la comunicación de contenidos vinculados con el sector. A continuación, se detalla la propuesta de contenidos en las diferentes redes sociales citadas, donde se pueden destacar las actuaciones y acuerdos para la emisión de, al menos, dos campeonatos FIFA oficiales en la plataforma digital Twitch; la extensa exposición de la gestión del canal de 7 TV en YouTube a través de 'Viewin', marca del Grupo Secuoya, incluyendo un análisis del posicionamiento de videos; las estrategias transmedia para la programación que afecta al presente criterio de adjudicación; los contenidos





para la HbbTV; así como los contenidos auditivos 'Podcasts', que estarán disponibles en el portal web, en la aplicación y en las principales plataformas.

Por último, en cumplimiento de lo dispuesto en el PCAP, la propuesta contiene un apartado denominado 'Cuadro de indicadores de cumplimiento', donde figuran requisitos e indicadores definidos en los pliegos en relación con la parrilla de programación, un resumen de la propuesta realizada para cada uno de ellos y la referencia para su rápida identificación en la oferta, que ayuda a la mejor comprensión de la misma y a su correcta evaluación.

Como conclusión se puede indicar que, en general, la oferta destaca por su claridad expositiva y la falta de discordancias entre sus apartados, con una muy buena descripción de la programación ofertada, basada en informes de análisis de audiencias. La propuesta detalla la programación ofertada con un mayor grado de concreción que el resto de ofertas, incluyendo además propuestas de producción donde se indican la productora o productoras independientes regionales asignadas y los correspondientes preacuerdos de producción, e incluso propuestas de rostros, que incluyen compromisos expresos de participación. A modo de ejemplo, en materia de transmisiones en directo, debates y especiales, la propuesta presenta mayor concreción que el resto, define en todos los casos la programación ofertada y las horas asignadas, aportando además acuerdos de colaboración con federaciones para retransmitir eventos.

Por otro lado, es la única oferta que cuantifica el número mínimo de títulos que serán sometidos a renovación de forma trimestral, y expone mecanismos para cancelar un título de la parrilla, que pueden ser considerados como mejoras de gestión.

Asimismo, tal y como ha quedado expuesto, la propuesta aborda en profundidad las actuaciones en relación con la producción independiente regional y la defensa del mercado audiovisual de la Región de Murcia.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 3 puntos**.

c. **Propuesta relativa a la empresa NOW**  
*[Parrilla de programación]*

El licitador expone en primer lugar la parrilla de programación, donde se observa una programación diaria con 24 horas de emisión, que incluye redifusiones. En la propuesta se destaca que, frente a las 112 horas exigidas en el PPT, se ofrece una parrilla viva con 135 horas semanales de programación, al margen de las redifusiones que ascenderían a 33 horas semanales. En concreto, se proponen 114,5 horas de emisión de programas de servicio público que, como se indicó anteriormente, no son efectivas y 21,5 horas de emisión de producción ajena (lo que totaliza 136 horas y provoca, como se puede apreciar, discordancias entre el total





de las horas asignadas a la parrilla viva y el desglose expuesto para los programas de servicio público y de producción ajena). La propuesta resalta que 42 de los 47 programas propuestos son de servicio público, lo que supone el 89% de las cabeceras de la parrilla.

El licitador propone una única parrilla de programación para todo el año. La propuesta no prevé títulos adicionales que proporcionen alternativas a los asignados expresamente a la parrilla de programación, por lo que no se prevé la rotación de títulos ni la revisión de la parrilla a fin de adecuarla, en su caso, al interés del servicio público de comunicación y a la audiencia.

La propuesta muestra a través de diferentes parrillas la tipología de los programas ofertados, su consideración como servicio público y el tipo de producción al que pertenecen, y expone asimismo las redifusiones y la duración horaria de la programación, sin que conste, en contra de lo dispuesto en el PCAP, la indicación de aquellos programas cuyo contenido está relacionado con la Región.

Entre los vectores estratégicos que se ponen de manifiesto, página 124 de la oferta, se puede destacar que se propone como objetivo que la totalidad de los programas de producción no ajena tengan contenidos de la Región de Murcia y estén realizados en la Región, con la participación de empresas audiovisuales regionales en un porcentaje que, según se expone, se desvelará en el sobre 3 de la oferta, sin que conste en la propuesta ningún compromiso de prestación de servicios en este sentido. Por otro lado, en la página 145 de la oferta, se matiza lo anteriormente expuesto, al indicar textualmente lo siguiente: *“En el compromiso de hacer participe al sector audiovisual murciano en la producción de la parrilla de 7 TV con base mínima del 25%, se llegarán a acuerdos de coproducción o encargo para programas de entretenimiento, especializados o divulgativos, grandes transmisiones y especiales formato galas, en un porcentaje que se indica en el sobre 3”*.

En el análisis de la parrilla por géneros (que no es preciso en el cómputo de horas, al no coincidir las horas desglosadas con las horas totales), se expone que de las 135 horas de programación semanal, 33,5 horas son para programas de entretenimiento, 15,5 para programas especializados/divulgativos, y las 21,5 horas reseñadas para producción ajena, además de las 67:30 para programas informativos.

La programación de entretenimiento consta de 10 programas de entre los 47 que conforman la parrilla: ‘Somos Murcia (2)’, ‘X la cara’, ‘Te quiero a ti’, ‘Música viva’, ‘Enclave de show’, ‘Murcia total’, ‘¡Enséñame tu cole!’, ‘De fiesta en fiesta’, ‘Lo mejor de... te quiero a ti’ y ‘Murcia debate’, que totalizan 33,5 horas semanales, que como se especificó anteriormente no son efectivas.

Entre las claves de la propuesta en materia de programación de entretenimiento, se argumenta la apuesta por formatos de éxito en otras emisoras autonómicas, como es el caso del concurso ‘X la cara’, tira diaria de 30 minutos a las 15:30 para intentar hacer marca de la cadena, en el que al menos el 60% de las preguntas del concurso son relativas a la Región de Murcia y donde destaca la participación de la audiencia.

Respecto al *prime time*, como franja más competitiva, la propuesta sigue una estrategia basada en dos líneas de actuación:





- Fidelización de audiencias cautivas con la emisión sucesiva, de martes a jueves de una serie internacional de largo recorrido. En este sentido, se indica que las novelas son una herramienta clásica usada con éxito por muchas televisiones, sin que se exponga ningún otro tipo de argumentación que avale la citada programación.
- Concentrar la apuesta en los viernes y sábados con dos propuestas de entretenimiento de larga duración, un gran *show* ('Enclave de show') y un debate de actualidad política, periodística y social con acento murciano ('Murcia Debate'), en línea con el eficaz formato de 'La Sexta Noche'. Según el licitador, las noches de los viernes y los sábados son las que presentan mejores opciones de retención del *target core* de la emisora (mayores de 55 años y clase media/baja).

La programación especializada/divulgativa está compuesta por 10 programas semanales y una tira diaria, tal y como se expone a continuación: una hora diaria ubicada en la primera parte del magacín matinal 'Somos Murcia (1)', franja de medio ambiente ubicada en el programa vespertino 'Conexión 12'; '¿DRONde vas, bonito?' y 'Festival de aromas', en la franja de *prime time*; y 'Arado y quilla'; 'Ver, comer, sentir'; 'Integra2'; 'Creyentes', 'No da igual', 'Murcia digital' y 'K de cultura', que totalizan 15,5 horas semanales, que como se especificó anteriormente no son efectivas.

Integrada en el cómputo horario de la programación de informativos se encuentra la programación de actualidad, conformada por el magacín informativo 'Conexión 12', 'Crónica negra', '7 días y 7 noches' y 'De cerca con...' que, según se expone, suponen 23 horas no efectivas de programación semanal.

En relación con las transmisiones en directo, el licitador expone que cuenta con una amplia experiencia, que no se acredita en la propuesta, en la elaboración de este tipo de contenidos audiovisuales que pondrá a disposición de 7 TV, ya que en los últimos 13 años ha elaborado más de 700 horas de contenidos en directo para Aragón TV. En la página 144 de la propuesta se compromete a transmitir el mínimo de 66 eventos de interés turístico regional establecido en el PPT. Además, expone que siempre que la duración de los eventos lo permita, ofrecerá una cobertura en directo de al menos 60 minutos. A continuación, en la páginas 213, 214 y 215 de la propuesta se reproduce las exigencias del PPT en esta materia y se proponen 19 eventos adicionales y la retransmisión de, al menos, una fiesta de un pueblo de cada uno de los municipios de la Región, sin que se indique el total de horas anuales dedicado a este tipo de transmisiones.

En cuanto a los debates, la propuesta se limita a reproducir las exigencias en esta materia expuestas en el PPT.

En relación con los programas especiales, la propuesta incluye la retransmisión de 3 galas anuales, con una duración total de 6 horas, cumpliendo estrictamente las exigencias horarias del PPT. Las galas propuestas, que serán organizadas por el licitador, son la Gala institucional del Día de la Región de Murcia y dos galas anuales relacionados con dos de sus programas de servicio público: ¡Viva el vino!, como gala de premios anual e itinerante del programa semanal 'Arado y quilla'; y 'K de cultura', como gala homenaje del mundo de la cultura del programa homónimo.





No se propone propiamente una programación para el incremento de las horas de servicio público, sino que se enumeran los títulos ya reseñados, alguno de ellos en varios géneros, tal y como se muestra a continuación:

- Gastronomía de la Región, lugares/locales emblemáticos, restauradores, etc: 'Somos Murcia', 'Conexión 12', 'Festival de aromas', 'Ver, comer, sentir'
- De contenido costumbrista, en el que conocer las localidades de la Región, su historia, sus gentes y costumbres: 'Enclave de show', 'Arado y quilla', 'De fiesta en fiesta', 'Conexión 12', 'Festival de aromas', 'Ver, comer, sentir'
- Entrevistas para conocer a los 'grandes hombres y mujeres de nuestra Región': escritores, músicos, pintores, médicos, escultores, etc.: 'De cerca con...', 'K de cultura'
- De acercamiento a la Unión Europea: legislación que nos afecta, quiénes nos representan, nuestro papel en la Unión, etc. '45 escaños', 'Somos Murcia', 'Murcia digital', 'Integra2'
- Sobre los sectores económicos de la Región (agricultura, pesca, turismo, etcétera), empresas innovadoras y emprendedores: 'Arado y quilla', 'Murcia digital'
- Música de actualidad y tendencias, con referencia expresa a grupos musicales murcianos, murcianos que crean tendencia en moda, en literatura, etc.: 'Música viva', 'Murcia total', 'Enclave de show', 'Festival de aromas', 'De fiesta en fiesta'
- Destinados al público infantil, de carácter lúdico y educativo: 'Enséñame tu cole'
- De inserción laboral, en el que se explique cómo encontrar trabajo, cómo hacer un currículum, se den a conocer ofertas de trabajo del SEF, se ponga en contacto a ofertantes y demandantes de empleo: 'Somos Murcia'
- Dedicados a los colectivos en exclusión social y con discapacidades, que difundirá sus problemas, anhelos y su visión de la realidad social que les rodea: 'Integra2'

En general, la exposición de la estructura de la programación sigue un patrón único, iniciándose con una ficha, en la que, entre otros aspectos, se indica el tipo de producción, predominando las coproducciones en porcentajes no determinados, sin que consten en la propuesta compromisos de prestación de servicios en el sentido indicado. Además, en la breve exposición se incluye una sinopsis, un apartado dedicado a la narrativa y puesta en escena, las claves del formato, los valores, y en algunos casos una breve escaleta, que resultan insuficientes para poner de manifiesto el grado de elaboración que presenta la programación ofertada, no siendo, por lo tanto, lo esperado para encauzar la ejecución.

En acreditación de esto, se indica a continuación el tenor de la descripción de un programa que contiene la oferta, donde se puede apreciar su escasa elaboración:

- '7 días 7 noches', programa de una hora y emisión semanal:  
**SINOPSIS:**
  - *Periodismo sin prisas, frente a periodismo de urgencia.*
  - *El tiempo para la información más reposada.*
  - *Una selección de temas de actualidad tratados en profundidad.*
  - *Otra mirada sobre las noticias de la semana.*
  - *El espacio informativo idóneo para especiales y monográficos (temas de actualidad de impacto, aniversarios, fallecimiento de personajes, etc.).*





Entre los distintos programas, se valora alguna propuesta especialmente interesante, como los programas musicales 'Música Viva' y 'Murcia Total', aunque aparecen muy desplazados en la franja horaria de madrugada. También es atractiva la propuesta de su franja medioambiental diaria, incluida en el programa 'Conexión 12'.

En cambio, tanto en este último programa como en otros de la parrilla, se valoran deficiencias en la nomenclatura. No se explica en ningún momento de la descripción por qué se llama 'Conexión 12' el magacín de las tardes de la televisión pública de la Región de Murcia, aunque se puede inferir, por lo expuesto en la programación informativa, que se debe a las 12 comarcas de la Región, un dato demasiado ajeno a la realidad del ciudadano como para nombrar el programa. También se abusa del concepto de 'Murcia' para el nombre de los programas, un término con el que no se identifica una parte importante de la población de la Región de Murcia, lo que resulta una cuestión especialmente llamativa para el magacín matinal 'Somos Murcia', como también sucedía en el programa informativo 'Murcia despierta', porque directamente puede excluir a algunos ciudadanos de la Región desde el mismo nombre del programa.

Como conclusión, se puede indicar que la propuesta realiza una escasa descripción de la programación ofertada; presenta discrepancias en el cómputo horario de la programación, que, además, no incluye las horas efectivas de programación; no aporta informes, análisis u otro tipo de datos que sustenten el interés de la propuesta de programación; propone una parrilla única de programación, que no indica los programas cuyo contenido está relacionado con la Región, y no prevé su revisión ni la rotación de títulos; presenta un grado de concreción inferior a otras ofertas en relación con la producción independiente regional; y no propone actuaciones tendentes a la defensa de los intereses del mercado audiovisual de la Región de Murcia.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, relativo a la metodología empleada, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1 punto**.

d. **Propuesta relativa a la empresa PROMECAL**  
*[Parrilla de programación]*

El licitador pone de manifiesto su compromiso de emitir 24 horas al día, con una propuesta de programación de servicio público que totaliza 3.831,83 horas netas al año.

En concreto, están previstas 30,71 horas semanales durante las 52 semanas del año de programación informativa, lo que totaliza 1.596,83 horas de programación al año, estando el resto de la programación de servicio público distribuida de la siguiente forma: 176,67 horas anuales de programación deportiva; 466,67 horas anuales de retransmisiones deportivas; 606,67 horas anuales de programación regional temática; y 985 horas anuales de programación regional en directo.





La propuesta muestra dos parrillas de programación, una para el periodo en el que hay competiciones deportivas (40 semanas) y otra para el periodo estival (12 semanas), que cumplen los requerimientos del PCAP.

Entre la programación de actualidad/entretenimiento figuran los magacines de la mañana y la tarde, 'Corro de alegría' y 'Murcia en vivo', respectivamente, que serán "el hilo conductor de la cadena", según el licitador. Por su parte, la programación especializada está compuesta por el resto de los programas, al margen de los dos citados, que son expuestos en el apartado correspondiente a la programación regional.

La descripción de la programación ofertada sigue un patrón único, al estar compuesta únicamente por unas breves pinceladas del programa en cuestión, que no incluye ficha técnica ni escaleta, resultando insuficiente para poner de manifiesto el grado de elaboración que presenta la programación ofertada, no siendo, por lo tanto, lo esperado para encauzar la ejecución.

En acreditación de lo expuesto, se indica a continuación el tenor de la descripción completa de un programa que contiene la oferta, donde se puede apreciar su escasa elaboración:

- 'Implicados', programa con una duración de 25 minutos y de emisión semanal: *'Nace con el propósito de dar voz a todas aquellas personas y colectivos que, de una u otra manera, se implican por lograr una sociedad mejor. Un espacio que analizará semanalmente temas relacionados con la solidaridad y los valores humanos. 'Implicados' nace con vocación de convertirse en un altavoz permanente para aquellas actividades que se llevan a cabo en la Región de Murcia y que están relacionadas con la acción social. Asociaciones que defienden los derechos de quienes no tienen voz, ONG que trabajan por aquellos que sufren exclusión social, grupos de personas que a través del teaming hacen realidad diferentes proyectos sociales... y otros muchos colectivos podrán tener cabida en este programa con una clara vocación de servicio público'*.

En cuanto a la estructura de la parrilla, resulta más desequilibrada y menos horizontal que otras ofertas, con hasta 18 programas diferentes de 30 minutos salpicando la parrilla, además de contar con menos programación regional de servicio público y menos programación en directo que el resto, tanto en la franja de la mañana como por la tarde. En cambio, sí muestra cierta horizontalidad en la franja del prime time, donde al margen de la cita deportiva de Zona Mixta los lunes y viernes, optan por un programa ligero, 'Súbete a coscoletas', de martes a viernes, que apenas está perfilado en unas líneas como un magacín desenfadado y ágil que permanecerá en la parrilla incluso en los meses de verano.

En cuanto a los debates, la propuesta expone que se emitirán en directo todas las sesiones de la Asamblea Regional en alguno de los diversos dispositivos, emitiéndose en su integridad, en el programa 'Murcia en Pleno', los expresamente citados en el PPT.

En relación con las transmisiones en directo, el licitador se compromete a emitir, como mínimo 100 eventos considerados de interés general, entre los que estarán los de interés turístico regional, nacional o internacional con una duración global anual estimada superior a las 120





horas, exponiendo una relación de eventos no exhaustiva que no alcanza la cifra anteriormente expuesta, ya que, al margen de los exigidos en el PPT, añade una docena más como propuestas, como las fiestas de la Purísima de Yecla, las de la bruja de Alcantarilla, el Encuentro de las pelotas de Patiño o los Encierros de Moratalla, entre otros.

Asimismo, se expone que, para reforzar los ingresos adicionales, se producirán eventos y galas durante toda la temporada, hasta llegar como mínimo a la cifra de 20 eventos al año con una duración estimada de 30 horas anuales, sin que se realice ninguna propuesta concreta.

Como conclusión, se puede indicar que la propuesta realiza una escasa descripción de la programación ofertada; no aporta informes, análisis u otro tipo de datos que sustenten el interés de la propuesta de programación; no prevé la revisión ni la rotación de títulos en las parrillas de programación; presenta indefinición en la relación de galas a realizar; presenta un grado de concreción inferior a otras ofertas en relación con la producción independiente regional; y no propone actuaciones tendentes a la defensa de los intereses del mercado audiovisual de la Región de Murcia.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, relativa a la metodología empleada, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1 punto**.

e. **Propuesta relativa a la empresa TCERO**  
*[Parrilla de programación]*

El licitador expone que la propuesta de parrilla de programación parte de un análisis de la programación y posicionamiento de las televisiones autonómicas y de la propia 7 TV, así como de las conclusiones del estudio elaborado por la empresa 'GECA' durante el ejercicio 2020. Es un análisis en profundidad, detallado en la propuesta, donde se tienen en consideración el perfil y edad de la audiencia de 7 TV; el rendimiento del canal por franjas horarias y días de la semana; el posicionamiento por franjas horarias y targets de 7 TV entre lunes y viernes, sábado y domingo; el escalonamiento de perfiles por sexo y edad de 7 TV entre lunes y viernes, sábado y domingo; y el minuto a minuto del total del día en miles de espectadores del 'TTV' y de 7 TV.

El análisis concluye que las ofertas informativas de 7 TV son las más atractivas para el espectador de la cadena; que el fútbol local tiene un gran tirón y aporta mucho a la oferta que lo sucede; que el *prime time* de fin de semana obtiene un mayor consumo en 7 TV, mientras que la oferta de lunes a viernes se ve afectada por la oferta del resto; y que las mañanas del fin de semana están muy por debajo de las del resto de la semana.

Posteriormente, analiza el comportamiento de la audiencia en las televisiones autonómicas tras declararse el estado de alarma, audiencia de la web, suscriptores del canal de YouTube y de la cuenta de Twitter, la franja del prime time y hace un repaso de lo que funcionó en el canal en el





pasado. Con todo ello, el licitador lanza su alternativa para resolver los problemas que, a su juicio y tras mostrar esos datos, tiene 7TV, sobre todo durante el *prime time* y el fin de semana.

Para mejorar el trasvase desde los informativos al *prime time*, la propuesta es 'Murcianadas', una tira diaria de humor para que haga de puente con la oferta, compuesta por programas que buscan un perfil más amplio de edad, sobre todo para llegar a menores de 45 años, por grandes formatos estelares capaces de competir con la oferta generalista nacional y por potenciar el componente local, entre los que destacan 'Vine y me quedé' para los lunes, 'La Extra' para los miércoles, 'Local de ensayo', los viernes, o 'Comedyantes' y 'De un vistazo', para las noches de los fines de semana.

En relación a 'Murcianadas', es un programa diario de humor de 21:00 a 22:00 horas, posteriormente bien desarrollado, que propone abordar la información con los mejores cómicos de la Región y la participación de los ciudadanos, un formato cercano a 'El Intermedio' de considerable éxito en otras comunidades, según el licitador, pero con un nombre en principio inapropiado, no ya por la connotación despectiva que suele tener el término, que podría entenderse de manera irónica, sino por la compleja consideración identitaria de lo murciano en muchas zonas de la Región de Murcia, ya apuntada para otras propuestas, que desaconseja ese título para un programa diario con tanto peso en la parrilla.

En relación con el fin de semana, la propuesta plantea que actualmente existen inconsistencias que se traducen en desapego por parte de la audiencia, proponiendo un contenedor deportivo para las mañanas; el programa gastronómico 'Pueblos con aroma' en el *access sobremesa*; en la sobremesa, el programa divulgativo de turismo y estilos de vida 'Murcia en la Mochila'; y, en la franja de tarde, cine y deporte.

La propuesta muestra dos parrillas diferenciadas, una para los meses de septiembre a junio, que figura en la página 96, en la que la programación comprendida entre las 00:50 horas y las 07:25 horas no está desglosada, figurando en un epígrafe único, bajo la denominación 'Redifusiones, Reposiciones y minutos musicales', y otra para los meses de julio y agosto, que figura en la página 111, que en el periodo horario comprendido entre las 00:45 horas y las 07:30 horas de lunes a viernes, se puede intuir que se programan 'minutos musicales y reposiciones' y en el mismo periodo horario del fin de semana no se describe la programación.

Con carácter general, la parrilla de lunes a viernes destaca por su horizontalidad, que es total desde el temprano inicio (7:30 horas) del informativo matinal hasta las 22:00 horas (Matinal-A media mañana-9x5-Informativo Mediodía-Tardeo-Atrápame si puedes-La Tarde Contigo-La Red de Murcia-Informativo Tarde-Murcianadas).

Volviendo a la cronología de la exposición, la propuesta muestra una tabla que incluye las horas de programación semanales diferenciando las de servicio público del resto, atendiendo, además, a la clasificación por categorías (Informativa, Deportiva, Actualidad/Entretenimiento, Cultural/Divulgativa, Espiritual/Religiosa, Ficción y Redifusiones/ Reposiciones/Minutos musicales).

Para cada una de las categorías citadas se incluye una tabla, que, además de los datos ya indicados, incluye el nombre del programa, el género y el tipo de producción (Propia, Coproducción, Encargo, Ajena, Redifusión). Además, también se indica que la parrilla incluye





programas de carácter especializado, concursos y de tipo religioso ('Motor y coches', 'Atrápame si puedes', y 'Espiritual religioso').

En la propuesta también se muestra la parrilla con la programación asignada, distinguiendo por colores las horas de servicio público, indicando que la programación semanal planteada contempla 81 horas de servicio público (excluyendo el cómputo de publicidad, autopromoción, cortinillas o patrocinios), abarcando franjas horarias que superan los mínimos establecidos en el PPT, y 66,75 horas de servicio no público.

La propuesta muestra la distribución de la parrilla por tipologías de programas, estableciendo las siguientes:

- Informativos y análisis de actualidad.
- Retransmisiones. En la propuesta no queda acreditado el cumplimiento de las exigencias del PPT en relación con las transmisiones en directo de eventos de interés general, ofertando 90 retransmisiones especiales en directo cada año, de al menos 45 minutos de duración, sin que conste el cómputo horario anual del conjunto de las retransmisiones. Lo expuesto en la propuesta totalizaría, un mínimo de 67,5 horas anuales, que no alcanza el mínimo de 80 horas anuales fijado en el PPT. La propuesta contiene una tabla donde se detalla para cada uno de los eventos la localidad donde se celebra y el grado de interés que presenta. La tabla contiene un total de 94 propuestas, es decir cuatro adicionales a las inicialmente referidas.

En relación con los programas especiales, la propuesta incluye la retransmisión de 4 galas anuales, con una duración de 120 minutos cada una, lo que cubre las exigencias del PPT. Dos de las galas propuestas son de carácter fijo y las otras dos se consensuarán de acuerdo con el interés y actualidad del momento, según el detalle que se muestra a continuación:

- Galas de carácter fijo: Gala 'Premios RABAL', relativa a la figura de los profesionales de la industria audiovisual, y Gala 'Solidarios 7 TV', organizada con el objetivo de la consecución de ayudas para los colectivos vulnerables de la Región de Murcia.
- Galas de carácter variable, de las que se emitirán dos anualmente, entre las que propone una docena, algunas existentes, como la de los premios al mérito deportivo o los Laureles de Murcia, y otras que pueden variar en función de la actualidad.
- Magacines. Se proponen 31,85 horas de programación a la semana, a través de los programas 'A media mañana', 'La red' y 'Costumbristas'.
- Especializada. Se proponen 11 horas de lunes a viernes y 10,5 horas en fin de semana.
- Concurso. Se proponen 4,75 horas de lunes a viernes, a través de los programas 'La Extra' y 'Atrápame si puedes'.





- Humor. Se proponen 5 horas de lunes a viernes y 2 horas en fin de semana, a través de los programas 'Murcianadas' y 'Comedyantes'.
- 'Docusoap'. Se proponen 2 horas de lunes a viernes, a través de los programas 'Comando Murcia' y 'Vine y me quedé'.
- Cine, documentales y miniserries. Se proponen 2,25 horas de lunes a viernes y 4 horas en fin de semana.
- Entrevistas. Se proponen 0,5 horas de lunes a viernes, a través del programa 'Entre tú y yo'.
- Otros géneros. Contemplan 36,25 horas de lunes a viernes y 16,5 horas en fin de semana, e incluyen redifusiones, reposiciones y minutos musicales.

Por otro lado, en relación con los tipos de producción, se indica la distribución horaria diaria y semanal, quedando así:

- Propia: 37,5 horas semanales. Contempla los programas informativos de mañana, tarde y noche, incluida la programación deportiva y meteorológica asociada a ellos, así como los programas 'El debate de la 7' e 'Info 7 semanal'.
- Coproducción: 40,75 horas semanales. Contempla los programas 'A media mañana', '9x5', 'Atrápame si puedes', 'La tarde contigo', 'La red de Murcia' y 'Adolescentes 12+1'.
- Encargo: 31,5 horas semanales. Contempla los programas 'Tardeo', 'Murcianadas', 'Comando Murcia', 'Vine... y me quedé', 'La Extra', 'Entre tú y yo', 'Local de ensayo', 'Motor y coches', 'Asamblea', 'Pueblos con aroma', 'Murcia en la mochila', 'Comedyantes' y 'De un vistazo'. Asimismo, incluye los programas deportivos, la ficción murciana y los programas religiosos. El programa 'Asamblea' incluirá la emisión en directo de todos los debates de interés manifiesto y especial relevancia contemplados en el calendario de la Asamblea Regional, entre los que se encontrarán los de investidura del presidente de la Región, del Estado de la Región y de presupuestos.
- Ajena: 5,75 horas semanales.
- Redifusión: 52,5 horas semanales.

La propuesta contiene una parrilla de verano, para los meses de julio y agosto, donde se mantienen los servicios informativos en horario matinal, mediodía, tarde y noche. Entre las principales novedades, según se expone, destaca la inclusión del concurso escolar bilingüe 'Are you ready?', el reenfoque de los magacines con un estilo y contenido veraniegos y la innovación en el *prime time* y el fin de semana. En concreto, para el *prime time* se propone el *docu-reality*





'40 grados a la sombra' y los *docu-show* 'Mi pueblo contra la báscula', 'Nos vamos de camping', 'Con chanclas y a lo loco', 'Veraneando' y 'Esta noche hay una fiesta'.

Para hacer efectiva la actualización de la parrilla, se proponen hasta 17 nuevos programas, que incluyen concursos ('Yo sé + que tú', 'Cocineros por sorpresa', 'Menudo es mi pueblo'), programas divulgativos ('La linterna amarilla', 'Murcianas con nombre propio', 'Somos lo que comemos'), o *docu-shows* ('Historias de una escalera', 'De romería', 'Con otros ojos', este último de integración social de las personas con discapacidad), entre otros géneros.

La propuesta muestra inicialmente la descripción de la programación propuesta para la programación de la parrilla inicial, a través de fichas que no tienen una estructura fija, conteniendo una sinopsis; el desarrollo del programa; los objetivos y contribución al servicio público; los elementos de innovación y nuevos públicos; a lo que se añade, en algunos casos, una propuesta de equipo y/o un plan de producción; la planificación multiplataforma y transmedia; y la justificación del programa que, a su vez, en ciertas ocasiones se apoya en el análisis de la empresa 'GECA'. Las fichas citadas no contienen propuesta de escaleta, a excepción de la relativa al programa 'Comando Murcia'.

En relación con la descripción de la programación de verano, las fichas que la contienen son más reducidas, al incluir, con carácter general, únicamente la sinopsis, y en dos fichas el desarrollo del programa.

La propuesta también plantea, de forma separada, la descripción de la programación de evolución/recambio a través de fichas que, con carácter general, presentan una estructura similar a la descrita para la programación de verano.

Siguiendo la cronología, se muestran, a través de fichas, las propuestas de series de ficción para 7 TV, que según se expone corresponden a productoras ajenas a la Región de Murcia (El Terrat, Globomedia o 'k2000'), y cuya descripción general está compuesta por una sinopsis, la periodicidad y la duración, en algunos casos, así como los autores y los personajes de la serie.

Para finalizar, el licitador expone que, durante la gestión del servicio, contempla la contratación de programas a productoras independientes de la Región de Murcia, en un porcentaje que se indicará en el sobre 3. Las propuestas se irán incluyendo en la parrilla, para lo que se convocarán concursos de ideas, con la participación de RTRM, y a modo de ejemplo se enumera alguno de los proyectos recibidos por parte de las productoras independientes de la Región, sin aportar más concreción, ni detalles, ni desarrollo de estos proyectos.

Como conclusión se puede indicar que la oferta realiza una adecuada descripción de la programación ofertada, que está basada en un análisis de la programación y posicionamiento de las televisiones autonómicas. La propuesta contiene dos parrillas, una para el periodo comprendido entre septiembre y junio y otra para los meses de julio y agosto, en las que, como se ha expuesto, figuran tramos horarios no definidos, e incluye una relación de programas para su renovación. Por otro lado, en la propuesta no queda totalmente acreditado el cumplimiento de las exigencias horarias establecidas en el PPT en relación con las transmisiones en directo de eventos de interés general. Por último, en relación con la producción independiente regional y la defensa de los intereses del mercado audiovisual de la Región de Murcia, la propuesta, en la





exposición del presente criterio de adjudicación, no refiere medidas concretas, sin que se aprecien, con carácter general, mejoras tecnológicas o de gestión ni elementos innovadores valorables.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 2 puntos**.

La siguiente tabla muestra la puntuación obtenida por los licitadores en cada uno de los criterios de adjudicación analizados en este apartado:

CRITERIO DE ADJUDICACIÓN	VALORACIÓN					
	MÁXIMA DEL CRITERIO	UTE BAINET	CBM	NOW	PROMECAJ	TCERO
Programación y cobertura informativa	6	1,5	4,5	1,5	1,5	3
Programación deportiva	3	0,75	3	0,75	1,5	0,75
Programación regional	2	1	1	0,5	0,5	1
Parrilla de programación	4	1	3	1	1	2
<b>PUNTUACIÓN TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>4,25</b>	<b>11,5</b>	<b>3,75</b>	<b>4,5</b>	<b>6,75</b>

23/11/2021 11:41:26 | MARTINEZ-LOZANO MARTINEZ, FRANCISCO  
 23/11/2021 11:27:03 | OLIVA BERNAL, ALEJANDRO  
 MAS FERRER, JUAN ANTONIO

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-611c060-44a-4681-8382-0050509b6280





### 6.3. Valoración criterios sobre la estructura organizativa y medios humanos (hasta 12 puntos)

#### 6.3.1. Personal directivo (hasta 3 puntos)

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones: *‘Se valorará la idoneidad de los profesionales asignados por el licitador para las tareas directivas e imprescindibles para la prestación del contrato. Se deberá incluir el Currículum de estos profesionales, incluyendo como mínimos los siguientes: el director de la emisora, el responsable de informativos, de programación, de antena, del área comercial, del área jurídica y del área técnica, y los editores de los programas informativos, a que se refiere el Anexo 3 del PPT. Todos ellos deberán acreditar al menos 3 años de experiencia en puestos similares, valorándose una experiencia superior por considerar que redundará en una mayor calidad del servicio prestado. En caso de no incluir CV deberá indicar el perfil que el licitador se compromete a asignar en caso de ser adjudicatario del contrato, para cada una de las funciones’.*

La heterogeneidad observada entre las distintas ofertas en cuanto a los perfiles propuestos para el personal directivo ha dificultado, que no impedido, su comparación, habiéndose valorado las propuestas en atención al grado de concreción de la documentación aportada en relación con el objeto del contrato.

Por otro lado, en el ejercicio 2020, se computará la experiencia aportada hasta el día 9 de diciembre de 2020, fecha en la que finalizó el plazo para la recepción de ofertas.

#### a. **Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET** [Personal directivo]

El licitador, en la exposición del presente criterio de adjudicación, únicamente propone como personal directivo, al director de la emisora y al responsable del área jurídica, argumentando que entre la plantilla mínima requerida en el Anexo 3 del PPT, forman parte del listado del personal afectado por la subrogación los siguientes perfiles:

- Responsable de informativos.
- Responsable de programación.
- Responsable de antena.
- Responsable del área comercial.
- Responsable del área técnica.
- Un editor para cada informativo diario.
- Un editor para informativos de fin de semana.
- Un editor para el resto de los programas de contenido informativo.

En este sentido se debe indicar que el licitador no ha tenido en consideración que el Pliego de Prescripciones Técnicas que rige la presente contratación fue suscrito en octubre de 2020, y en su página 51, contiene un apartado denominado ‘Información sobre la plantilla mínima requerida en el Anexo 3’, que en relación con lo anteriormente expuesto, indica textualmente lo siguiente:





*“CBM manifiesta que, de entre la plantilla mínima requerida en el Anexo 3 del PPT, forman parte del listado de personal afectado por la subrogación los perfiles asociados a los puestos de editores de los programas informativos (un editor para cada informativo diario, un editor para informativos de fin de semana y un editor para el resto de programas de contenido informativo).*

*Además, manifiesta de forma expresa que los perfiles de director de la emisora, el responsable de informativos, el responsable de programación, el responsable de antena, el responsable del área comercial, el responsable del área técnica y el responsable del área jurídica no se encuentran entre el personal afectado por la subrogación”.*

Por lo tanto, únicamente se debe considerar como afectos a la propuesta, el personal estrictamente subrogado, es decir, un editor para cada informativo diario, un editor para informativos de fin de semana y un editor para el resto de programas de contenido informativo. En este sentido, en la oferta no figura ningún compromiso que permita evidenciar la futura incorporación a la plantilla del licitador de los perfiles del personal directivo no subrogado.

Adicionalmente a lo expuesto, el licitador únicamente propone personal directivo para desempeñar los puestos de trabajo correspondientes al director de la emisora y al responsable del área jurídica, a través de la exposición de sendos currículum vitae. El análisis de la documentación aportada pone de manifiesto que el candidato propuesto para ocupar la dirección de la emisora acumula experiencia superior a cinco años en puestos de igual naturaleza, y que en la actualidad desempeña tareas relacionadas con la docencia. Por otro lado, el candidato propuesto como responsable del área jurídica acumula experiencia superior a cinco años en puestos de similar naturaleza, que continúa desempeñando en la actualidad.

Tal y como ha quedado expuesto, la oferta no propone todo el personal que se considera plantilla mínima según el Anexo 3 del PPT, lo que le resta eficacia y condiciona su adecuada valoración. Por otro lado, se observa que, al contrario de lo que sucede en otras ofertas, el licitador no propone personal directivo adicional al mínimo exigible.

Para concluir, indicar que la propuesta no incluye el número mínimo de profesionales de carácter directivo exigible.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 0%**, al no aportar información relevante sobre el criterio, por lo que se le otorga **una puntuación de 0 puntos**.

- b. **Propuesta relativa a la empresa CBM**  
[Personal directivo]





El licitador propone una estructura de personal directivo compuesta por 18 personas, es decir, las 12 personas que según el PPT conforman la plantilla mínima requerida y 6 personas adicionales, y clasifica los puestos de trabajo por niveles de responsabilidad dentro del organigrama general, atendiendo a los siguientes criterios:

- Tres puestos de trabajo que pertenecen a la Dirección General de la emisora: Dirección, Subdirección y Dirección del departamento Jurídico.
- Cinco puestos de trabajo que se ocupan de la dirección de algún área: Dirección del área de informativos, Dirección de Antena, Dirección del Área de Programación y relaciones con el sector, Dirección del Área Técnica y de explotación y Dirección del Área Comercial.
- Cinco puestos de trabajo que tienen asignada alguna responsabilidad sobre un departamento: Responsable de Deportes, responsable de Eventos Especiales, responsable de Programas Especiales, responsable de Producción y responsable de Realización.
- Cinco puestos de trabajo que se ocupan de la jefatura de una actividad concreta: Edición de programas informativos.

Como documento anexo a la propuesta figuran 18 documentos, a través de los que todo el personal directivo citado con anterioridad autoriza al licitador a incorporar su Currículum Vitae en la oferta y ceden y permiten al licitador llevar a cabo el tratamiento de sus datos personales con la finalidad de incorporarlos a la oferta, autorizando también la cesión de estos datos personales al órgano de contratación del concurso a los efectos de presentación de la oferta del licitador.

El análisis de la estructura propuesta pone de manifiesto un alto grado de concreción en la documentación aportada (currículum vitae), de tal forma que para todos los puestos que conforman la plantilla mínima y para el resto de puestos ofertados se indica la experiencia en puestos de idéntica naturaleza.

En este sentido, el análisis de los datos aportados, nos indica que más del 94% de los puestos directivos ofertados tiene una experiencia superior a 3 años en puestos de igual naturaleza a los propuestos, y que la totalidad de los puestos ofertados tiene una experiencia superior a 5 años en puestos de similar naturaleza.

Además, todo el personal directivo propuesto por el licitador ha desempeñado, y en la actualidad continúa desempeñando puestos de trabajo de idéntica naturaleza a los referenciados en el PPT, lo que favorece la idoneidad, pudiendo ser considerado como una mejora de gestión.

El licitador dedica un apartado a exponer el valor añadido que aporta el Grupo Secuoya al proyecto, indicando que la gestión de 7 TV corresponderá al equipo anteriormente definido, y que desde el Grupo Secuoya se prestará soporte y asesoramiento, a través de un equipo de





gestión, para las actividades transversales y otro de desarrollo, para las actividades íntimamente relacionadas con el sector audiovisual, exponiendo con detalle ambas líneas de actuación.

La propuesta destaca por su alto grado de concreción entre el personal propuesto y las tareas que desempeña en relación con el objeto del contrato, lo que favorece la idoneidad, destacando que es la propuesta que más puestos de personal directivo oferta y que todo el personal directivo ha desempeñado y en la actualidad continúa desempeñando puestos de trabajo de idéntica naturaleza al propuesto.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, al ofrecer mejoras de gestión valorables, por lo que se le otorga **una puntuación de 2,25 puntos**.

c. **Propuesta relativa a la empresa NOW**  
*[Personal directivo]*

El licitador propone una estructura de personal directivo en lo que atañe al presente criterio de adjudicación compuesta por 17 personas, es decir, las 12 personas que según el PPT conforman la plantilla mínima requerida y 5 personas adicionales. La denominación de los puestos directivos adicionales a los exigidos se indica a continuación:

- Responsable del contrato <sup>1</sup>
- Director de operaciones
- Director financiero y administrativo
- Director de RRHH
- Director de imagen

<sup>1</sup> Este puesto de trabajo tiene encomendadas, entre otras, las funciones del 'Responsable del Proyecto', que debe designar el adjudicatario para organizar la realización del contrato, según dispone la Memoria justificativa para la gestión indirecta del servicio público de comunicación audiovisual televisiva de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

En relación con la plantilla mínima exigida en el PPT, el licitador propone la incorporación como personal directivo de los cinco perfiles asociados a los puestos de editores de los programas informativos afectados por la subrogación (un editor para cada informativo diario, un editor para informativos de fin de semana y un editor para el resto de programas de contenido informativo).

Para el resto de puestos directivos que conforman la plantilla mínima y para los puestos adicionales propuestos, también se proponen perfiles profesionales, con un escaso nivel de concreción en relación con las tareas desempeñadas. Sirva a modo de ejemplo, la descripción, en los aspectos que nos ocupan, que figura en las páginas 239 y 243 de la propuesta, del puesto correspondiente al 'Director Jurídico': *'Licenciado superior, con más de cinco años en puestos*





*similares*'. Para los puestos de trabajo no subrogados, se propone una experiencia profesional de 5 años en puestos similares.

Finalmente, se expone que es intención del licitador, dentro de los parámetros de estabilidad en el empleo y promoción interna, incorporar el mayor número de profesionales, que en la actualidad prestan sus servicios profesionales en 7 TV, a los equipos de trabajo y dirección descritos en la oferta.

El licitador acredita la experiencia de los profesionales propuestos a través de perfiles profesionales que no contienen ningún tipo de desempeño de tareas, lo que le resta concreción con relación a otras ofertas y dificulta su valoración.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, relativo a la metodología empleada, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,75 puntos**.

d. **Propuesta relativa a la empresa PROMECAL**  
*[Personal directivo]*

El licitador propone una estructura directiva compuesta por 16 personas, de las que 12 corresponden a las definidas como plantilla mínima en el PPT y las otras cuatro son adicionales a las exigidas (subdirector general de emisora; director financiero; director de producción; delegado en Madrid), con las siguientes particularidades:

- Todos los puestos directivos ofertados, excepto el correspondiente al responsable del área comercial, corresponden a personas integradas en el equipo del licitador. La acreditación de la idoneidad se realiza a través de la exposición de su currículum, que incorpora una autorización del trabajador para el tratamiento de sus datos personales en el ámbito de la presente contratación.
- Para el puesto relativo al responsable del área comercial, se propone el mantenimiento del perfil actual. Según se indica, en el supuesto de no llegar a un acuerdo, se buscaría un perfil con más de cinco años de experiencia en medios de comunicación.
- No se define expresamente el puesto, que según el Anexo 3 del PPT, se denomina 'Editor para el resto de programas de contenido informativo', que está expresamente catalogado como plantilla mínima. No obstante, se debe indicar, que en el área de informativos de la propuesta figura un puesto directivo, con unas funciones que podrían asimilarse.





El análisis de la estructura propuesta pone de manifiesto un alto grado de concreción en la documentación aportada (currículum vitae), de tal forma que para todos los puestos que conforman la plantilla mínima, con la excepción citada, y para el resto de puestos ofertados, se indica la experiencia en puestos de idéntica naturaleza.

En este sentido, el análisis de los datos aportados nos indica que el 93% de los puestos directivos ofertados tiene una experiencia superior a 3 años en puestos de igual naturaleza a los propuestos, y que la totalidad de los puestos ofertados tiene una experiencia de, al menos, 5 años en puestos de similar naturaleza. Es decir, el licitador propone personal directivo que ha desempeñado, y en el 75% de los casos continúa desempeñando, puestos de trabajo de idéntica naturaleza a los referenciados en el PPT, lo que favorece la idoneidad.

La propuesta destaca por su alto grado de concreción entre el personal propuesto y las tareas que desempeña en relación con el objeto del contrato, lo que favorece la idoneidad, destacando la incorporación de uno de los puestos directivos a la delegación en Madrid y los elevados porcentajes del personal directivo que ha desempeñado y en la actualidad continúa desempeñando puestos de trabajo de idéntica naturaleza al propuesto.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, al ofrecer mejoras de gestión valorables, por lo que se le otorga **una puntuación de 2,25 puntos**.

e. **Propuesta relativa a la empresa TCERO**

*[Personal directivo]*

En la propuesta se indica que atendiendo a las políticas de protección de datos y considerando las peticiones de confidencialidad expresadas por algunos de los candidatos que propone para el equipo directivo, el licitador ha decidido incluir el currículum o el perfil del candidato, según el caso. Añade, además, que los perfiles directivos propuestos pueden acreditar más de cinco años de experiencia en puestos similares.

El licitador propone una estructura de personal directivo compuesta por 16 personas, es decir, las 12 que según el PPT conforman la plantilla mínima requerida y 4 personas adicionales (Dirección de Producción, Dirección Financiera, Dirección de Recursos Humanos y Dirección de Calidad).

En concreto, en relación con el personal directivo que conforma la plantilla mínima exigida en el PPT, se exponen cuatro currículum vitae que contienen la identificación del trabajador y ocho perfiles con diferentes grados de concreción en cuanto a las tareas desempeñadas por la persona propuesta. Entre los 12 puestos de trabajo citados, ocho incluyen experiencia y periodo de desempeño en puestos de idéntica naturaleza a los referenciados en el PPT.





En relación con los puestos de trabajo que no conforman la plantilla mínima, se observa que se proponen tres currículum vitae y un perfil profesional, constando en todos ellos experiencia en puestos similares.

La propuesta contiene perfiles que indican únicamente la descripción de la experiencia, sin indicar el periodo de desempeño, como por ejemplo los relativos a la Dirección Comercial y al editor de otros programas informativos.

El análisis de los datos aportados nos indica que el 62,5% de los puestos directivos ofertados tiene una experiencia superior a 3 años en puestos de igual naturaleza a los propuestos, y que la totalidad de los puestos ofertados tiene una experiencia superior a 3 años en puestos de similar naturaleza.

El licitador propone personal directivo que desempeña en la actualidad puestos de trabajo de idéntica naturaleza a los referenciados en el PPT en el 43% de los casos.

En la propuesta se observa un grado de concreción inferior a otras ofertas en relación con el personal propuesto y las tareas que desempeña en el ámbito objeto del contrato, ofreciendo, en relación a otras ofertas, menos personal directivo con experiencia superior a 3 años en puestos de igual naturaleza a los propuestos, así como que continúe desempeñando en la actualidad el tipo de puestos referenciado en el PPT, sin que sea destacable ninguna mejora de gestión en la materia.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1,5 puntos**.

MAS FERRER, JUAN ANTONIO 23/11/2021 11:27:05 OLIVA BERNAL, ALEJANDRO 23/11/2021 11:41:26 MARTINEZ LOZANO MARTINEZ, FRANCISCO 23/11/2021 11:44:29

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-611c060-44a-4681-8382-005059b6280





### 6.3.2. Estructura organizativa (hasta 9 puntos)

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones:

*“Se valorará la adecuación de la estructura organizativa y de la plantilla ofrecida por el licitador para la ejecución del contrato, al conjunto de la oferta presentada.*

*Se deberá incluir la descripción de la organización prevista para la prestación del servicio. Para ello se aportará un organigrama de funcionamiento interno con los departamentos y número y descripción de los puestos de trabajo vinculados a cada uno de ellos. Se deberá especificar para cada uno de esos puestos las funciones y categoría profesional, tomando como referencia el convenio colectivo del sector de la industria de producción audiovisual (técnicos), publicado en el BOE núm. 185 del 1 de agosto de 2009. Si alguno de los perfiles profesionales previstos no estuviera incluido en el citado convenio se deberá indicar la categoría profesional a la que se equipara.*

*La relación de puestos de trabajo del actual adjudicatario y sus costes salariales correspondientes, se incluyen en el Anexo II de este Pliego, así como en el Anexo 6 del PPT”.*

a. **Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET**  
*[Estructura organizativa]*

En cuanto a la descripción de la organización, el licitador expone textualmente lo siguiente: *“Se cumplirá con la obligación de subrogar a todo el personal del adjudicatario anterior, manteniendo y dando cobertura a todos los puestos y personal en su actual ocupación, sin detrimento de que en el futuro puedan efectuarse cambios y mejoras que optimicen los resultados de la gestión”.*

Tal y como se indicó en el apartado relativo a la valoración del personal directivo, el licitador presupone, en contra de lo especificado en el apartado denominado ‘Información sobre la plantilla mínima requerida en el Anexo 3’ del PPT, que ciertos puestos directivos (responsable de informativos, responsable de programación, responsable de antena, responsable del área comercial, y responsable del área técnica) se encuentran entre el personal afectado por la subrogación, y por tanto no los propone, lo que resta eficacia a la propuesta. Además, según se desprende de la propuesta, el director de antena ejercerá también como responsable de la programación del canal, incumpliendo lo dispuesto en el PCAP, que establece puestos diferenciados.

La propuesta, con carácter previo a la definición del organigrama, expone la organización interna, aludiendo a la creación de un Consejo de Dirección, formado por el director general y los responsables de las diferentes áreas. Asimismo, se propone la creación de un Consejo consultivo o Asesor formado por personalidades de prestigio de la sociedad murciana, que mantendría reuniones trimestrales, y de un órgano de garantía o Comité mixto, que velaría por el control del cumplimiento de los objetivos del concurso, sin que se exponga, para ninguno de los órganos citados, su composición ni el régimen de funcionamiento.





Por otro lado, se define un área comercial y de marketing, indicándose que de entre empresas y profesionales independientes se nombrará un responsable de los departamentos de marketing y social media, y un responsable de contenidos del diario digital, sin que tenga posteriormente reflejo en el organigrama ni estén definidas las funciones y categoría profesional de estas personas. Igualmente, en la página 229 de la propuesta, se cita un área económica y administrativa, con la siguiente descripción literal: *“El área económica será supervisada desde la dirección del canal pero será ejecutada por una empresa externa (asesoría), a la que se le subcontratará este servicio y que, siguiendo las directrices dictadas por el Consejo de Dirección de la empresa deberá velar por la economía de la misma. Los planes de inversión y amortización, los gastos y los ingresos de la empresa serán coordinados desde el área económica”*, que a pesar de la relevancia de las tareas que abarca, tampoco figura referenciada en el organigrama.

La propuesta incluye un organigrama de carácter general, con los departamentos y el número y descripción de los puestos de trabajo, con la siguiente configuración:

- Director general
- Subdirector general
- Área de antena: 19 personas
  - Director de antena
  - Documentalistas: 7 personas
  - Jefe de realización
  - Realizadores: 3 personas
  - Ayudantes de realización: 7 personas
- Área de informativos: 38 personas
  - Director de informativos
  - Editores de informativos: 5 personas
  - Redactores: 32 personas
- Área de producción: 7 personas
  - Director de producción
  - Ayudantes de producción: 6 personas
- Área comercial
  - Director comercial
- Área técnica: 36 personas
  - Jefes técnicos: 3 personas
  - Técnicos de sonido y vídeo: 28 personas
  - Operador reportero de cámara: 2 personas
  - Editores de video: 3 personas
- Staff: 8 personas
  - Jefe de personal
  - Jefe jurídico
  - Ayudantes de dirección: 2 personas
  - Administrativos: 3 personas
  - Intérprete

La propuesta no indica expresamente el número total de personas que conformarán la plantilla del licitador, no obstante, del organigrama y de la descripción de los puestos de trabajo, podría





inferirse una plantilla compuesta por 111 personas. Acudiendo al Plan de viabilidad, se observa que los gastos anuales de personal de la plantilla propuesta se encuentran muy por debajo de la media del conjunto de las ofertas presentadas.

La descripción de la organización prevista no incluye, en algunos puestos de trabajo, las funciones y/o la categoría profesional, de acuerdo con el Convenio colectivo de la industria de la producción audiovisual. Se puede citar, a modo de ejemplo, el jefe de realización, en relación con las funciones, y los directores generales de informativos y de producción, el responsable del área jurídica, y el intérprete, en relación con la categoría profesional. En este sentido se debe indicar, que en aquellos casos en los que no exista una equivalencia directa en el Convenio colectivo se debería haber realizado una asimilación a una de las categorías existentes, como exige el PCAP, de tal forma que todo trabajador tenga asignada una categoría profesional.

En relación con la programación de servicio público, se propone un responsable del área de informativos dependiente de la Subdirección General, del que dependen únicamente dos departamentos (editores de informativos y redactores) y el propio departamento de antena. Tal y como se ha expuesto, al confluir las responsabilidades de antena y de programación en una misma persona, no se propone un departamento específico para el responsable de programación, al contrario de lo que ocurre en el resto de ofertas, lo que le resta eficacia.

En la estructura de la programación ofertada, se incluyen espacios específicos dedicados a la información meteorológica y deportiva, sin embargo, en la estructura organizativa, a diferencia de lo que sucede en otras propuestas, no se contempla de manera expresa esta circunstancia.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga una puntuación de **2,25 puntos**.

b. **Propuesta relativa a la empresa CBM**  
*[Estructura organizativa]*

El licitador expone su estructura organizativa a través de los siguientes apartados:

- Organigrama funcional.
- Áreas y número de puestos de trabajo.
- Perfiles asignados a la prestación del servicio.
- Descripción de la organización del trabajo.
- Protocolos de trabajo.
- Servicios transversales.
- Servicios auxiliares.





El apartado correspondiente al 'Organigrama funcional', muestra la división de áreas y las actividades que recaen sobre cada una de ellas, mostrándose también, un organigrama general con la ubicación de cada puesto. En estos, se introduce la figura del 'Responsable del Proyecto', que sin realizar funciones ejecutivas, interactuará con el 'Director de la Emisora', canalizará el contacto con el 'Responsable del Contrato' y será la persona de enlace con los profesionales integrados en los Equipos de Gestión y Desarrollo de Grupo Secuoya, para que presten el soporte necesario según las necesidades, en concordancia con lo dispuesto en la exposición del criterio relativo al personal directivo.

A continuación se muestra el organigrama propuesto en los departamentos que tienen asignados puestos de primer y segundo nivel:

- Dirección de la emisora
- Subdirección de la emisora / Dirección de operaciones y soporte
- Dirección del área jurídica
  - Dirección de recursos humanos
  - Dirección de administración y finanzas
- Dirección del área de informativos
- Dirección del área de antena
- Dirección del área de programación y relaciones con el sector
- Dirección del área técnica y de explotación
- Dirección del área comercial

El apartado relativo a las 'Áreas y número de puestos de trabajo', expone que para el servicio que el licitador va a prestar a 7 TV contará con 128 personas, de las cuales 104 son contratadas directamente, es decir, conforman la plantilla, y 24 personas serán contratadas por productoras, que aportan medios humanos y técnicos, prestando servicios en las cinco delegaciones propuestas. Acudiendo al Plan de viabilidad, se observa que los gastos anuales de personal de la plantilla propuesta se encuentran por encima de la media del conjunto de las ofertas presentadas.

La propuesta contiene una tabla que incluye todos los puestos existentes en la organización, indicando el nivel de responsabilidad interna al que pertenecen, el área al que están asignados, el número de personas que hay por cada tipología de puesto y la Categoría Profesional que le corresponde, según el II Convenio colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos), publicado en el BOE núm. 185, de 1 de agosto de 2009, donde se observa una adecuada categorización.

En general, la oferta destaca por su claridad expositiva y la ausencia de discrepancias entre sus diferentes apartados. Cada una de las áreas se analiza por separado, indicando el organigrama parcial de esta, el número de personas que la componen y una ficha por cada puesto de trabajo, que contiene, entre otra información, la descripción, la justificación de la categorización según el Convenio colectivo de la industria de la producción audiovisual y una completa descripción de las funciones del puesto.

A continuación se exponen las diferentes áreas que componen el organigrama general propuesto por el licitador:





- Área de dirección: 3 personas
  - Director emisora
  - Subdirector – Dirección operaciones y soporte
  - Director área jurídica
  
- Área de informativos: 44 personas
  - Director área
  - Responsable deportes
  - Editores de informativos: 5 personas
  - Editores de deportes: 3 personas
  - Presentadores meteorología: 2 personas
  - Redactores – presentadores: 4 personas
  - Redactores: 27 personas
  - Redactor deportes

Entre los redactores se encuentran incluidas las personas que prestan sus servicios en las delegaciones, con la siguiente distribución: Cartagena, 3 redactores; Lorca, 3 redactores; Mar Menor, 2 redactores; Caravaca de la Cruz, 2 redactores; y Yecla, 2 redactores.

- Área de antena: 4 personas
  - Director de área
  - Responsable eventos especiales
  - Responsable programas especiales
  - ‘Digital manager’
  
- Área de programación y relaciones con el sector: 6 personas
  - Director de área
  - Jefe de emisiones
  - Técnicos de emisiones: 3 personas
  - Intérprete de signos
  
- Área de operaciones y soporte: 39 personas
  - Responsable de producción
  - Responsable de realización
  - Realizadores: 3 personas
  - Ayudantes de realización: 7 personas
  - Productores: 6 personas
  - Editores grafistas: 3 personas
  - Operadores de cámara ‘ENG’: 14 personas
  - Control de cámara: 3 personas
  - Operador ‘VTR’

Entre los operadores de cámara se encuentran incluidas las personas que prestan sus servicios en las delegaciones, con la siguiente distribución: Cartagena, 3 operadores de cámara ‘ENG’; Lorca, 3 operadores de cámara ‘ENG’; Mar Menor, 2 operadores de





cámara 'ENG'; Caravaca de la Cruz, 2 operadores de cámara 'ENG'; y Yecla, 2 operadores de cámara 'ENG'.

- Área técnica y de explotación: 28 personas
  - Directora de área
  - Jefe de sistemas
  - Jefe de estudios y platós
  - Jefe de retransmisiones: 2 personas
  - Técnicos de sistemas y control central: 6 personas
  - Operadores de continuidad: 5 personas
  - Gestores de contenidos: 3 personas
  - Técnicos de sonido: 3 personas
  - Documentalistas: 6 personas
  
- Área comercial: 4 personas
  - Director área
  - Ejecutivos de ventas: 2 personas
  - Técnico de control de ventas

La propuesta contiene una extensa descripción de la organización del trabajo, en la que están incluidos todos los puestos de trabajo. En primer lugar, se indica que las tres personas que componen el área de dirección no están sujetas a limitaciones horarias y disponen de flexibilidad, no obstante, la duración de su jornada de trabajo se ajusta a las disposiciones legales en vigor. Para el resto de puestos de trabajo, se expone la distribución horaria semanal, incluyendo análisis generales de todas las áreas y parciales por tipologías de puestos, en función de circunstancias concretas que son puestas de manifiesto.

Además, la propuesta incluye una tabla donde se muestra el número de personas del área de informativos, clasificadas por tipo de puesto, necesarias para elaborar los siguientes programas: La 7 Noticias Matinal (4 personas), La 7 Noticias 1 (15 personas), La 7 Noticias 2 (13 personas), La 7 Noticias Fin de semana (15 personas), y Código 112 (2 personas), asumiendo el compromiso de garantizar la disponibilidad de, al menos, el número de personas expuesto para la elaboración de cada uno de los espacios, lo que puede ser considerado como una mejora de gestión.

En general, se aprecia una adecuada estructura organizativa. En concreto, en relación con la programación de servicio público, se propone, dependiendo de la dirección de la emisora, un responsable del área de informativos, del que depende un responsable específico para la programación deportiva y los diferentes editores de informativos; una dirección de antena, con responsables específicos para eventos y programas especiales; y un área técnica y de explotación, que contiene, entre otros responsables, uno de retransmisiones. Además, la estructura contiene un responsable del área de programación, que trabaja en coordinación con el área de antena, encargada de la confección de la parrilla que no contiene programación de servicios informativos, y un responsable de emisiones, con la función de elaborar la escaleta de la emisión diaria. Finalmente, para organizar y coordinar los recursos necesarios para la actividad de producción, se incluye un departamento de operaciones y soporte, donde figuran un responsable de producción y otro de realización, encargado de la imagen y grafismo de la cadena.





Por otro lado, se observa, en relación con el área comercial, una estructura de plantilla más amplia que la media del conjunto de las ofertas presentadas, y un mayor grado de concreción, al figurar la definición y funciones de los puestos de trabajo del director del área, los ejecutivos de ventas y el técnico de control de ventas.

A efectos de estandarizar la actividad diaria de 7 TV, y poder establecer una sola línea de actuación, el licitador expone que tiene desarrollados los protocolos de trabajo que se exponen a continuación, cuyo contenido figura indicado en la propuesta en forma de documentos anexos:

- Buenas prácticas en operaciones de la continuidad.
- Buenas prácticas en la gestión documental.
- Protocolo de actualización de contenidos audiovisuales en la web.
- Protocolo de trabajo en estudios y controles.
- Procedimiento de trabajo de los servicios de estilismo, maquillaje y peluquería.
- Protocolo de trabajo relativo al plan de comercialización conjunta de FORTA.
- Buenas prácticas en la redacción y producción de informativos.
- Protocolos de producción en exteriores.
- Protocolo de intercambio de noticias con FORTA y otras televisiones.

El licitador expone que su empresa matriz (Grupo Secuoya), le proporciona soporte en las siguientes materias:

- Financiera – Administrativa
- Recursos humanos
- Jurídica
- Sistemas
- Marketing
- Auditoría interna

En este sentido se especifica que los directores de las áreas financiera y de recursos humanos, aunque no son personal ejecutivo aportado por el licitador para trabajar directamente en 7 TV, pertenecen al Comité de Dirección e intervienen en la gestión del día a día. Igual sucede en las áreas de marketing y sistemas, donde se apoyará de forma indirecta a los profesionales propuestos para llevar a cabo estas tareas.

Para la ejecución de servicios auxiliares (entre los que se citan el servicio de recepción, control de accesos y seguridad; servicios auxiliares de producción; diseño y montaje de escenografía; y servicios de maquillaje, peluquería y estilismo), se contratarán empresas externas con sede social en la Región de Murcia, indicándose las empresas propuestas.

La propuesta contiene un apartado denominado 'Modelo de seguimiento del servicio', que en primer lugar expone que, a través de la figura del director de programación y relaciones con el sector integrada en su estructura organizativa, se canalizarán los flujos de trabajo e información con el ente público RTRM, y se indican la relación de actuaciones a llevar a cabo. Asimismo, en cumplimiento de lo dispuesto en la Memoria Justificativa, el licitador ha designado un





‘Responsable del proyecto’, que junto con el Coordinador Técnico canalizan la interacción con el ‘Responsable del contrato’ por parte de la Administración regional, describiendo la propuesta los flujos de trabajo entre las partes.

A continuación se expone la política de recursos humanos, donde el licitador expresa su compromiso de cumplimiento de todas las disposiciones legales en materia laboral, de seguridad social y de prevención de riesgos laborales. En este sentido, aporta una declaración responsable relativa al cumplimiento de las obligaciones en materia laboral y de seguridad social. Asimismo, en materia de integración de personas con discapacidad, el licitador expone que actualmente supera los umbrales que marca la legislación al respecto, aportando una declaración responsable relativa a la contratación de personas con discapacidad, donde se indica que el número de trabajadores con discapacidad en el seno de su plantilla asciende a siete.

En relación con las condiciones laborales de los trabajadores, el licitador se marca como objetivo incrementar el salario base de los trabajadores, al menos un 1% por encima de la variación del IPC interanual para España, estimado en el Plan de viabilidad, según las proyecciones actualmente existentes.

En relación con la estabilidad en el empleo, el licitador se compromete a través de una declaración responsable a mantener durante la prestación del servicio al menos 104 puestos de trabajo, siempre y cuando no se modifiquen las condiciones económicas y/o productivas recogidas en los pliegos de la presente licitación.

La propuesta expone un Plan de formación que, entre otros fines, pretende proporcionar a los trabajadores las actualizaciones necesarias para el mejor desarrollo de sus competencias en sus puestos de trabajo, incluyendo acciones formativas relacionadas con el Plan de transformación digital de la redacción ofertado y 15 acciones adicionales orientadas al puesto de trabajo, al desarrollo personal y de carácter transversal. Para impartir la formación, la propuesta expone que se contará con diferentes universidades (Universidad Católica San Antonio, Universidad Politécnica de Cartagena y Universidad de Murcia), y entidades de formación (Atresmedia Formación, The Valley Digital Business School y la Escuela Internacional de Liderazgo y Gestión del Talento), aportándose compromisos de prestación de servicios, condicionados a futuras contrataciones, con las tres últimas entidades citadas.

En materia de prevención de riesgos laborales, la propuesta expone los objetivos de la política y los principios en esta materia. Además, se indica que el licitador lleva a cabo la gestión de la prevención de riesgos laborales a través del servicio de prevención mancomunado del Grupo Secuoya, aportando certificado de auditoría con resultado favorable, y el Plan de prevención de riesgos laborales del licitador.

En materia de igualdad, el licitador indica que su organización dispone de un Comité de igualdad, con representación paritaria de trabajadores y empresa, y que ha aprobado un Plan de igualdad, que se adjunta como anexo a la propuesta.

Por otro lado, la propuesta indica que el licitador dispone de un sistema de gestión de la calidad conforme a la norma ISO 9001:2015, acreditándose su existencia y vigencia, a través de un certificado emitido por AENOR. Según se expone, esta Norma Internacional emplea el enfoque





a procesos que permite a las organizaciones planificar sus procesos y sus interacciones, incorporando el pensamiento basado en riesgos, que permite a una organización asegurarse de que sus procesos cuenten con recursos y se gestionen adecuadamente, y que las oportunidades de mejora se determinen y se actúe en consecuencia. La proposición de una estructura en la que el personal directivo y el resto de la organización ya aplica un sistema de gestión de la calidad, y la certificación de esta circunstancia, se puede considerar como un indicador que favorece la adecuación de esta al conjunto de la oferta, y hace que el grado de concreción de la propuesta en esta materia sea superior al resto de ofertas.

Como conclusión se puede indicar que la propuesta describe las funciones y categoriza todos los puestos de trabajo de la organización, según lo dispuesto en el Convenio colectivo de la industria de la producción audiovisual, asignando la categoría profesional prevista en el mismo para aquellos puestos de trabajo con denominación coincidente, y para el resto por equiparación. La propuesta contiene una extensa descripción de la organización del trabajo, en la que están incluidos todos los puestos de trabajo, incluyendo para los programas informativos y de contenido de actualidad un compromiso mínimo de adscripción de medios humanos, así como protocolos de trabajo específicos.

Por último, también se puede destacar que el licitador asume el compromiso de mantener, durante todo el periodo de prestación del servicio, al menos 104 puestos de trabajo, y acredita la puesta a disposición del contrato de una estructura organizativa que tiene implantado un sistema de gestión de la calidad.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, al ofrecer mejoras de gestión valorables, por lo que se le otorga **una puntuación de 6,75 puntos**.

c. **Propuesta relativa a la empresa NOW**  
*[Estructura organizativa]*

El licitador expone que mantendrá todos los puestos de trabajo de 7 TV y garantizará un servicio de 24 horas al día, los 365 días del año. Todo el personal adscrito a la prestación del servicio dependerá exclusivamente del licitador, que será el único que ostentará los derechos y obligaciones inherentes a su condición de empleador, asumiendo, a tales efectos, las siguientes obligaciones:

- El dimensionamiento del equipo subrogado y la selección del nuevo personal que, reuniendo los requisitos de titulación y experiencia necesarios para la correcta prestación del servicio, formarán parte del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato.





- El ejercicio de modo real, efectivo y continuo, sobre el personal integrante del equipo de trabajo encargado de la ejecución del contrato, del poder de dirección inherente a toda empresa.
- Velar especialmente porque el personal adscrito a la ejecución del contrato desarrolle su actividad sin extralimitarse en las funciones desempeñadas respecto de la actividad delimitada en los pliegos de condiciones.

El licitador adscribe al proyecto 111 personas, mostrando un organigrama de funcionamiento en el que dependiendo de la dirección de la emisora se conforman dos grupos de trabajo. Por un lado, la dirección de antena y sus áreas estratégicas asociadas; por otro, una serie de áreas de carácter transversal denominadas 'Áreas de gestión' que apoyan a las áreas estratégicas y reportan directamente a la dirección de la emisora. Acudiendo al Plan de viabilidad, se observa que los gastos anuales de personal de la plantilla propuesta se encuentran muy por encima de la media del conjunto de las ofertas presentadas.

Tanto las áreas estratégicas como las de gestión son analizadas por separado, indicando el organigrama parcial de estas y, a través de una tabla, el número de personas que la componen, su cargo y una muy breve referencia a las funciones del puesto de trabajo. La categoría profesional de los puestos de trabajo expuestos, con carácter general, no se corresponde con la indicada en el Convenio colectivo de la industria de la producción audiovisual, existiendo, por lo tanto, puestos de trabajo donde no se pone de manifiesto la adecuación entre la categoría profesional y las tareas desarrolladas.

A continuación, se exponen las diferentes áreas que componen el organigrama propuesto por el licitador:

- Dirección de la emisora
- Dirección de antena
  - Dirección de informativos: 32 personas
    - Director de informativos
    - Editor de informativos: 5 personas
    - 'Asignadores': 4 personas
    - Redactores: 15 personas
    - Coordinador meteorología
    - Meteorólogos: 2 personas
    - Coordinador deportes
    - Redactores deportes: 3 personas
  - Dirección de operaciones: 47 personas
    - Director de operaciones
    - Jefe de producción
    - Productores: 4 personas
    - Ayudantes de producción: 4 personas
    - Jefe de realización
    - Realizadores: 3 personas





- Ayudantes de realización: 4 personas
- Grafistas: 4 personas
- Operadores de control: 4 personas
- Técnicos de sonido: 3 personas
- Jefe de iluminación
- Iluminadores/CCU: 3 personas
- Operadores de ingesta: 4 personas
- Operadores 'ENG': 10 personas
- Dirección de programación: 11 personas
  - Director de programación
  - Coordinador de contenidos
  - Gestor de contenidos: 2 personas
  - Coordinador de documentación
  - Documentalistas: 4 personas
  - Emisiones: 2 personas
- Dirección técnica: 11 personas
  - Director técnico
  - Jefe de ADM sistemas
  - Técnicos ADM sistemas: 4 personas
  - Operadores de control de continuidad: 5 personas
- Director jurídico
- Director financiero y administrativo
- Dirección comercial
- Dirección RRHH
- Dirección de imagen
- Administrativos: 3 personas

En relación con el organigrama propuesto, se observa que se canaliza a través de la dirección de antena el flujo de trabajo del 92% de la plantilla, lo que podría restar eficacia.

Por otro lado, se observa que en relación con la programación de servicio público, se propone, dependiente de la dirección de antena, un responsable del área de informativos, del cual dependen los editores de informativos y los coordinadores de meteorología y deportes. Además, la dirección de operaciones le presta la asistencia necesaria, a través de los departamentos de producción, realización y operaciones.

En relación con el área comercial, la plantilla está compuesta únicamente por el director comercial, cuyas funciones figuran escuetamente descritas en la propuesta.

La propuesta plantea la creación de diferentes tipos de comités, unos de carácter interno, dedicados a la coordinación de las diferentes direcciones, y otros de carácter consultivo que, según se expone, serán el vínculo entre la estructura de la cadena y la sociedad civil. Los comités de carácter interno están clasificados atendiendo a su función y composición en diferentes niveles (estratégico, operacional y de control), figurando, a modo de ejemplo, entre los de nivel





estratégico, el Comité de Dirección; entre los de nivel operacional, el Comité de Retransmisiones; y entre los de nivel de control, el Comité de Formación e Integración. Para los comités consultivos no se expone ni su composición ni el régimen de funcionamiento, mientras que para el resto únicamente se realiza una alusión genérica a que en su composición estarán presentes los directores de las áreas y los responsables de los departamentos afectados.

Por otro lado, la propuesta expone que su estrategia para la gestión de la organización está basada en las siguientes actuaciones:

- Plan de formación
- Retribución por objetivos y flexible
- Complemento del salario hasta el 100% en supuestos de bajas médicas por enfermedades comunes y accidentes no laborales
- Cobertura jurídica gratuita en procedimientos relacionados con el desempeño de la actividad laboral, así como cobertura y reposición de daños que sufran los trabajadores durante la prestación del servicio
- Plan de prevención de riesgos laborales
- Protocolo de emergencia sanitaria

La propuesta incluye un Plan de formación con el que se pretende que el personal desarrolle su trabajo con la mayor profesionalidad, y contribuir así a la mejora de la programación de la cadena. El Plan incluye, a título orientativo, 8 acciones formativas orientadas a determinadas categorías profesionales y 2 acciones de carácter general.

Como conclusión, y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta describe muy escuetamente las funciones de los puestos de trabajo, además, la categoría profesional de los puestos de trabajo expuestos, con carácter general, no se corresponde con la indicada en el Convenio colectivo de la industria de la producción audiovisual, por lo que existen puestos de trabajo donde no se pone de manifiesto la adecuación entre la categoría profesional y las tareas desarrolladas. Por otro lado, la organización del trabajo también es abordada de manera insuficiente.

Aunque la propuesta plantea la creación de diferentes tipos de comités, no es posible determinar su contribución a la mejora de la estructura organizativa debido al elevado grado de indefinición que presentan.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 2,25 puntos**.





d. **Propuesta relativa a la empresa PROMECAL**  
*[Estructura organizativa]*

El licitador propone una estructura organizativa en la que, dependiendo del director general, se sitúa el departamento de servicios generales y tres subdirecciones generales, y se muestra a continuación la estructura del organigrama, que incluye los departamentos y el número y descripción de los puestos de trabajo:

- Director general, que asume también las tareas de ‘Responsable del proyecto’.
- Servicios generales: 3 personas
  - Director del área jurídica
  - Director del área económico-financiera
  - Auxiliar administrativo
- Subdirección general de informativos: 46 personas en plantilla y 12 subcontratadas a través de productoras.
  - Delegado Madrid
  - Editor mañana
  - Editor mediodía
  - Director de información/Editor noche
    - Redactor jefe sociedad
      - Redactores sociedad: 4 personas
    - Redactor jefe economía
      - Redactores economía: 4 personas
    - Redactor jefe política
      - Redactores política: 4 personas
    - Redactor jefe deportes
      - Redactores deportes: 2 personas
    - Redactor jefe Murcia
      - Redactores Murcia: 3 personas
      - Redactor Molina de Segura
    - Redactor jefe nacional e internacional
      - Redactor nacional e internacional: 3 personas
  - Subdirector programas y web
    - Redactores programas y web: 3 personas
  - Subdirector/Editor fin de semana
    - Redactores fin de semana: 4 personas
  - Subdirector delegaciones
    - Redactor jefe Madrid
      - Redactores Madrid <sup>1</sup>: 3 personas
      - Redactor Bruselas <sup>1</sup>
    - Redactor jefe Cartagena
      - Redactores Cartagena <sup>1</sup>: 3 personas
    - Redactor jefe Lorca
      - Redactores Lorca <sup>1</sup>: 2 personas
    - Redactor Yecla <sup>1</sup>
    - Redactor Caravaca <sup>1</sup>
    - Redactor Águilas <sup>1</sup>





- Auxiliar de redacción
  - <sup>1</sup> Personal en exclusiva subcontratado a través de empresas productoras
- Subdirección general de antena: 12 personas
  - Jefe de continuidad
    - Técnico de audio y video: 4 personas
  - Jefe de comunicación
    - Redactor
    - Ayudante de redacción
    - Editor de video: 2 personas
  - Analista de audiencias
- Subdirección general de emisora: 60 personas
  - Director de programación: 8 personas
    - Director creativo
    - Ayudantes de producción: 2 personas
    - Presentadores: 2 personas
    - Jefe de control de gestión de producción
    - Jefe de calidad de producción
  - Director de producción: 11 personas
    - Jefe de producción
    - Ayudante de producción: 4 personas
    - Documentalistas: 5 personas
  - Director técnico: 38 personas
    - Jefe de realización
      - Realizadores: 3 personas
      - Ayudantes de realización: 3 personas
      - Operadores de sonido: 3 personas
      - Auxiliares de realización: 3 personas
    - Jefe de cámaras
      - Operadores de cámara: 16 personas
    - Jefe de sistemas
      - Grafistas: 2 personas
      - Técnicos informáticos: 2 personas
      - Editores de video: 3 personas
  - Director comercial: 3 personas
    - Administrativos: 2 personas
    - Comercial: 3 personas (externas)

Además del organigrama descrito, la propuesta incluye un diagrama de flujos de trabajo que abarca toda la organización.

La propuesta expone la existencia de un Comité ejecutivo, integrado por las dos direcciones de servicios generales y las tres subdirecciones generales, expuestas con anterioridad, al que según el orden del día se unirán otras direcciones de áreas, sin que se detalle el régimen de funcionamiento.





La estructura organizativa propuesta por el licitador está compuesta por una plantilla de 122 trabajadores, de los que un total de 16 son considerados puestos de responsabilidad directiva. Los 106 trabajadores restantes, se dividen en 44 periodistas, 46 técnicos, 8 productores, 5 documentalistas y 3 administrativos. Además, a esta estructura habría que añadir, 12 personas adicionales, que según figura en la propuesta serán subcontratadas por productoras, en el ámbito de las delegaciones propuestas.

La propuesta expone que el licitador asume los 104 trabajadores sujetos a subrogación y sus salarios brutos asociados. Además, expone, que la existencia de personas con contratos por obra o servicio y con contratos temporales, facilitaría la incorporación, en su caso, de personas con perfiles diferentes. También se indica que las subidas salariales propuestas se harán cumpliendo con la legislación vigente y el Convenio colectivo de la industria de la producción audiovisual. Acudiendo al Plan de viabilidad, se observa que los gastos anuales de personal de la plantilla propuesta se encuentran por debajo de la media del conjunto de las ofertas presentadas.

A continuación la propuesta contiene la descripción de los diferentes puestos de trabajo, indicando la categoría profesional que le corresponde, según el II Convenio colectivo de la industria de la producción audiovisual, donde se observa una adecuada categorización.

En la descripción de la estructura de la redacción de informativos, se expone que cuenta con protocolos que se activan en caso de que ocurra una información muy relevante, porque, según se establece, deben ser los primeros en cubrir la información y salir en directo, sin que se exponga el detalle de estos.

En general, se aprecia una adecuada estructura organizativa. En relación con la programación de servicio público, se observa que el área relacionada con la programación informativa contiene una nutrida configuración de departamentos, donde bajo la dirección del subdirector general de informativos se encuentran los diferentes editores, y el director de información es el responsable de la edición de noche y presenta un mayor rango jerárquico, dependiendo directamente de su departamento seis redactores jefe de diferentes áreas temáticas; una subdirección de programas y web, directamente relacionada con los programas de debate; y una subdirección de delegaciones. Además, en la subdirección general de la emisora figura la dirección de producción, que entre otras tareas tiene encargada la producción de retransmisiones de competiciones deportivas, eventos y acciones especiales, así como la dirección técnica con responsabilidades en la realización y grabación de programas y la dirección de programación, que abarca la programación propia.

Por último, en relación con el área comercial, se observa una estructura de plantilla más amplia que la media del conjunto de las ofertas presentadas, y un mayor grado de concreción, al figurar la definición y funciones de los puestos de trabajo del director comercial y del personal administrativo.

Como conclusión, al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta contiene la descripción de los diferentes puestos de trabajo, expresando la categoría profesional que les corresponde, según el II Convenio colectivo de la industria de la producción audiovisual, donde se observa una adecuada categorización. Asimismo, plantea una adecuada estructura organizativa, en la que se puede resaltar en relación con la programación de servicio público el área relacionada





con la redacción de informativos, cuya estructura destaca sobre el resto de ofertas, estando configurada por diferentes departamentos especializados por materias (sociedad, economía, política, deportes, nacional e internacional), al frente de los cuales se sitúa un jefe de redacción, con lo que se consigue una jerarquización de la redacción en puestos intermedios con profesionales especializados que se responsabilizan de equipos más pequeños. En este sentido, las delegaciones de Madrid, Cartagena y Lorca también disponen de personal en plantilla con la categoría de jefes de redacción.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, al ofrecer mejoras de gestión valorables, por lo que se le otorga **una puntuación de 6,75 puntos**.

e. **Propuesta relativa a la empresa TCERO**

*[Estructura organizativa]*

El licitador expone que adscribe un total de 104 personas al proyecto más un equipo directivo compuesto por 8 personas, lo que totaliza una plantilla de 112 personas.

En el organigrama de funcionamiento propuesto, que contiene los diferentes departamentos y la descripción de los puestos de trabajo, se observa que dependiendo del 'Director de la emisora', que asume también las funciones de 'Responsable del Proyecto', dependen seis departamentos, conformándose la siguiente estructura general, según lo expuesto en las páginas 25-33 de la propuesta:

- Director de la emisora
- Director área jurídica
- Director comercial
- Director de producción
  - Responsable de producción
  - Ayudantes de producción: 5 personas
- Director de antena
  - Director de programación
  - Director de informativos
    - Coordinador de redacción
    - Editores de informativos: 5 personas
    - Redactores: 28 personas
    - Documentalistas: 6 personas
- Director de realización
  - Realizadores: 3 personas
  - Ayudantes de realización: 5 personas
  - Editores de video: 3 personas
- Director técnico
  - Jefes técnicos: 3 personas
  - Técnicos video/audio: 25 personas





- Operador de sonido: 2 personas
- Operador reportero cámara de video: 2 personas
- Ayudante de dirección: 2 personas
- Administrativos: 3 personas
- Intérprete

La página 23 de la propuesta contiene una relación con los diferentes perfiles y el número de personas asignadas a cada uno de ellos, totalizando 112 personas, sin embargo, en la descripción del organigrama, únicamente se detallan 104 personas. Además, se observan discrepancias, en cuanto al número de personas asignadas a los departamentos, entre los datos que figuran en la relación expuesta en la página 23 de la propuesta y en la descripción de las diferentes áreas (departamento de producción, ayudantes de realización y técnicos de audio-video). También se observan discrepancias entre el organigrama de la propuesta y la citada relación de 112 puestos de trabajo, ya que esta contiene dos puestos de trabajo denominados 'Técnicos de sistemas' que no están relacionados en el organigrama ni están posteriormente descritos.

La propuesta, con las particularidades citadas anteriormente, describe los puestos de trabajo y establece sus funciones. Asimismo, contiene una tabla en la que figuran las categorías profesionales de los puestos de trabajo, según el II Convenio colectivo de la industria de la producción audiovisual. En relación con la tabla, se observa que únicamente categoriza 108 puestos de trabajo, y que, al igual que sucedía en la descripción de los puestos, tampoco contiene la categorización de los puestos de trabajo 'Técnicos de sistemas'. Además, de su análisis se desprende que, aunque existan distintos puestos de trabajo con la denominación de 'Director', ninguno de ellos ha sido categorizado como tal, al contrario de lo que sucede en otras propuestas presentadas. La categorización citada sería directamente aplicable al puesto de trabajo denominado 'Director de producción', al figurar expresamente citado en el Convenio colectivo. Acudiendo al Plan de viabilidad, se observa que los gastos anuales de personal de la plantilla propuesta se encuentran por debajo de la media del conjunto de las ofertas presentadas.

El licitador expone que los servicios correspondientes a las tres áreas con funciones transversales que se exponen a continuación se prestarán directamente desde los servicios centrales de su organización:

- Dirección de recursos humanos y el área de conciliación, responsabilidad social, igualdad y accesibilidad.
- Dirección financiera.
- Dirección de calidad.

El análisis de la estructura propuesta pone de manifiesto, en relación con la programación de servicio público, que bajo la dirección de antena, figura un director de informativos, del que dependen los diferentes editores de informativos y el coordinador de redacción, que actúa de unión con las diferentes áreas implicadas (edición, redacción, producción y realización). Asimismo, dependiendo de la dirección de antena, figura el director de programación, como responsable de la producción de programas no informativos. Entre las áreas implicadas citadas con anterioridad, se encuentra la de producción, en la que su responsable se encarga de asignar





los recursos necesarios a las producciones, y la de realización, en relación con la calidad y aspectos artísticos de las mismas.

Por otro lado, se observa, en relación con el área comercial, que la plantilla está compuesta únicamente por el director comercial, cuyas funciones figuran descritas en la propuesta.

En materia de calidad, el licitador expone que su propuesta incluye el diseño e implementación de un sistema de gestión de la calidad y considera imprescindible aportar toda la experiencia de su partner Mediapro en la gestión de este tipo de sistemas. En la propuesta no figura ningún tipo de acuerdo con el partner citado que permita poner de manifiesto su grado de participación, lo que le resta concreción en relación con otras ofertas. En este ámbito, la propuesta incluye una amplia definición teórica sobre modelos internacionales de gestión de calidad que no aporta valor añadido.

El licitador expone que ha establecido flujos de trabajo interdepartamentales (de producción y administrativos) para la ejecución de las diferentes tareas, exponiendo ejemplos de ambos tipos. Asimismo, se pretenden implantar un sistema de evaluación del desempeño, basado en autoevaluaciones.

La propuesta expone un Plan de formación, que tiene como objetivo la capacitación y actualización permanente de las competencias de todos los profesionales de la organización, incluyendo acciones formativas de carácter técnico y/o específico por departamentos, que no se detallan; cuatro acciones formativas de carácter transversal; cinco acciones formativas relacionadas con las habilidades psicosociales; y en el bloque de otra formación, se plantean seminarios y conferencias en materia de televisión.

En el apartado denominado 'Planificación de horarios de trabajo', se muestra una descripción de la planificación horaria semanal de algunos de los departamentos que componen el organigrama (redacción, realización y web y RRSS). A continuación, se indican medidas relativas a la conciliación laboral, incluyendo la forma de cubrir las ausencias y bajas del personal. La propuesta destina un extenso apartado a exponer las formas de resolución de incidencias en la estructura de personal.

En materia de prevención de riesgos laborales, se recurrirá a un servicio de prevención ajeno. En materia de igualdad y diversidad, el licitador expone que constituirá un Comité paritario de igualdad, formado por miembros de la dirección de recursos humanos, trabajadores del proyecto de 7 TV y personal externo, para la elaboración de un Plan de igualdad.

La propuesta, a través de un apartado denominado 'Modelo de relación para el control y seguimiento del contrato', pone de manifiesto el flujo de trabajo entre el licitador, el ente público RTRM y el 'Responsable del contrato', exponiendo que se ha designado un Responsable del proyecto (que, según figura en el organigrama, coincide con el Director de la emisora), que coordinará el servicio de forma global, responsabilizándose del control de la correcta ejecución del contrato. Asimismo, se indica la designación de un coordinador técnico (coincidente con la figura del Director de producción), para la interlocución a nivel operativo y de gestión.





Como conclusión se puede indicar que la propuesta presenta discrepancias entre sus diferentes apartados, en aspectos tan relevantes como el número de personas asignadas al proyecto, tal y como se puso de manifiesto con anterioridad, lo que le resta eficacia. Por otro lado, la propuesta no categoriza, según el II Convenio colectivo de la industria de la producción audiovisual, todos los puestos de trabajo propuestos, y a pesar de que en la plantilla figuran diferentes puestos de trabajo con la denominación de 'Director', ninguno de ellos ha sido categorizado como tal, al contrario de lo que sucede en otras propuestas presentadas. La categorización citada sería directamente aplicable al puesto de trabajo denominado 'Director de producción', al figurar expresamente citado en el Convenio colectivo. Además, no se observan mejoras de gestión o elementos innovadores valorables.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, referido a la metodología empleada, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 4,5 puntos**.

La siguiente tabla muestra la puntuación obtenida por los licitadores en cada uno de los criterios de adjudicación analizados en este apartado:

CRITERIO DE ADJUDICACIÓN	VALORACIÓN MÁXIMA DEL CRITERIO	UTE BAINET	CBM	NOW	PROMEAL	TCERO
Personal directivo	3	0	2,25	0,75	2,25	1,5
Estructura organizativa	9	2,25	6,75	2,25	6,75	4,5
<b>PUNTUACIÓN TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>2,25</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>6</b>

MAS FERRER, JUAN ANTONIO 23/11/2021 11:27:05 OLIVA BERNAL, ALEJANDRO 23/11/2021 11:41:26 MARTINEZ LOZANO MARTINEZ, FRANCISCO 23/11/2021 11:44:29

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-611c060-44a-4681-8382-0050509b6280





#### 6.4. Valoración criterios sobre instalaciones y medios materiales y técnicos (hasta 7 puntos)

##### 6.4.1. Instalaciones y equipamiento técnico audiovisual (hasta 3 puntos)

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones:

*“Se valorará la adecuación de las instalaciones y de los medios materiales y técnicos que el licitador comprometa para la ejecución del contrato, que superen las especificaciones técnicas detalladas en el Anexo 4 del PPT.*

*Se especificarán los medios materiales que el licitador se compromete a disponer para el cumplimiento de las obligaciones del contrato de gestión indirecta, incluyendo los emplazamientos, dimensiones, distribuciones, instalaciones y dotaciones de los inmuebles, medios técnicos y audiovisuales que el licitador pretende utilizar para ejecución del contrato.*

*En la relación de medios deberán destacarse aquellos afectos al servicio público. Se entenderá que todos los medios ofertados se destinarán exclusivamente a la producción de contenidos para 7 TV Región de Murcia y exigencias del contrato. Deberán identificarse, si los hubiese, sistemas, equipos o instalaciones cuyo uso pueda destinarse también a otras finalidades, debiendo fijarse la proporción en tiempo o disponibilidad para la gestión objeto de licitación.”*

En la valoración del presente criterio de adjudicación, se tendrá en cuenta que según establece el artículo 7.2 del Real Decreto 391/2019, de 21 de junio, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre y se regulan determinados aspectos para la liberación del segundo dividendo digital, *“Todos los canales de televisión, cualquiera que sea su ámbito de cobertura, deberán evolucionar sus emisiones a alta definición antes del 1 de enero de 2023”.*

##### a) Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET

*[Instalaciones y equipamiento técnico audiovisual]*

A continuación se analizan las especificaciones técnicas de centros de producción, sistemas y equipos, propuestos por el licitador para la ejecución del contrato, siguiendo la estructura del Anexo 4 del PPT.

##### A. Inmuebles. Centros de producción

El centro de producción principal propuesto es un edificio completo, en régimen de alquiler, sito en la calle Molina de Segura 8, Edificio Lago, de la localidad de Murcia. Se trata de un edificio de oficinas, por tanto no forma parte de un edificio de viviendas, de 6 plantas y más de 5.000 m<sup>2</sup> de superficie para uso exclusivo de 7TV. Se expone que este edificio tiene varias cubiertas con fácil acceso donde se podría colocar la torre de comunicaciones y todas las antenas necesarias, aunque no se da detalle de ello.

El licitador no indica el uso actual del edificio que albergará el centro de producción.





La propuesta incluye los planos por planta de la distribución propuesta para el edificio, excepto para la planta semisótano.

El sótano albergará dos platós con más de 6 metros de altura, cuyas medidas son 125 y 110 m<sup>2</sup>, libres de obstáculos. Las dimensiones de ambos platós cumplen con las especificaciones mínimas exigidas en el PPT. Además, en esta planta se dispondrá de:

- Una zona de almacén y aparcamiento.
- Zona de espera.
- Grupo electrógeno y sistema contraincendios.

En el semisótano se ubicará:

- Un área de formación.
- Salón de actos.
- Oficinas multiusos, vestuario, camerinos, maquillaje y peluquería.

La planta baja, de 870 m<sup>2</sup>, albergará las siguientes estancias:

- Redacción de contenidos informativos.
- Control central, continuidad y emisiones.
- Estancia FORTA-RTRM con acceso limitado.
- Diferentes despachos, sala con 10 racks y 2 sistemas de alimentación ininterrumpida (SAI).

En la planta primera se ubicarán, una sala de reuniones y diferentes despachos. La planta segunda será para el libre uso de los productores independientes que realicen programas para 7TV. Por último, la planta tercera estará destinada a oficinas de las empresas que componen la UTE licitadora.

En los dos platós citados con anterioridad, se instalarán pantallas de led, con unas dimensiones de 6,40m x 3,20m (20,48 m<sup>2</sup>) y aspecto curvo, con una resolución total de 2560x1280 pixeles.

Respecto a este centro de producción principal, conviene reseñar que los platós estarán en la misma planta que el parking y el grupo electrógeno, en la propuesta no se hace referencia a la adopción de medidas para evitar que los ruidos y vibraciones que puedan ocasionar estas estancias afecten al correcto desarrollo de la actividad de producción en los platós.

Además del centro de producción principal se proponen cuatro centros más, tal y como se expone a continuación.

- Centro de producción de apoyo 1:

Este centro propuesto es propiedad de la empresa Intercom Tecnodifusión, S.L., que forma parte de la UTE. Se corresponde con el actual estudio de Canal 8 TV, que se trasladaría a otra ubicación dejando este centro como apoyo de 7 TV. Se encuentra ubicado en Molina de Segura, en el polígono industrial La Polvorista.





El licitador indica que tiene una superficie total de 439 m<sup>2</sup> y está preparado para la grabación de programas no informativos en UHD y dispone de estudio de realización virtual. En la propuesta se exponen los planos de las dos plantas del edificio.

El centro cuenta con un plató de 127 m<sup>2</sup> y un ciclorama virtual de 30 m<sup>2</sup>, siendo su altura de 6 metros. También cuenta con una torre de comunicaciones de 15 m sobre la nave, grupo electrógeno y sistemas de seguridad tipo SAI. La propuesta detalla el equipamiento de audio, vídeo e iluminación del que dispone.

- Centro de producción de apoyo 2:

Este centro es propiedad de la empresa La Industrial de Fotografía, Vídeo y Edición, S.L., con la que el licitador ha firmado un acuerdo de colaboración. La propuesta incluye planos y listado del equipamiento con el que cuenta.

Está preparado para la grabación de programas no informativos en 4K y tiene una superficie total de 600 m<sup>2</sup>, distribuidos en dos plantas (planta baja de 480 m<sup>2</sup> y planta primera 120 m<sup>2</sup>). Cuenta con un plató de 120 m<sup>2</sup> de superficie, un ciclorama curvo epoxi de 100 m<sup>2</sup> y una altura de techo de 6 m. Tiene varias salas para control, almacenaje, postproducción, así como diferentes salas auxiliares para camerino, maquillaje, peluquería, almacén, oficinas, etcétera. Dispone de SAI y grupo electrógeno.

El acuerdo de colaboración citado expresa:

- La intención del licitador de contar con La Industrial de Fotografía, Vídeo y Edición, S.L., como productora para la producción de programas no informativos de 7 TV.
- Que la empresa se compromete a colaborar con la UTE y a aportar sus instalaciones, equipos, medios humanos, etcétera, en las condiciones que ambas partes acuerden, para la producción de programas no informativos para su emisión en 7 TV.
- Que la UTE incluirá en su oferta las instalaciones de La Industrial como centro de producción de apoyo para programas no informativos.
- Que en el supuesto de que la UTE resulte adjudicataria se formulará propuesta y contrato de colaboración entre la UTE y La Industrial, en el que se contemplarán y detallarán el objeto del contrato, duración, condiciones económicas, obligaciones de las partes y demás aspectos que interesen a ambas partes.

- Centro de producción de apoyo 3:

Este centro es propiedad del IES Ramón y Cajal de Murcia, centro dependiente de la Consejería de Educación y Cultura de la CARM. En la propuesta se especifica que el edificio destinado a la enseñanza de FP Imagen y Sonido cuenta con 3 plantas más un pabellón deportivo compartido que hace las veces de aula escenario con instalación y maquinaria teatral y gimnasio, del mismo modo se indica que varias de sus aulas se encuentran en construcción.

El acuerdo suscrito con el IES Ramón y Cajal de Murcia se fundamenta en la colaboración con la UTE para la formación de alumnos en actividades de producción televisiva.





En el acuerdo expresa que en el supuesto de que la UTE resulte adjudicataria del contrato el IES Ramón y Cajal de Murcia, se compromete a firmar un acuerdo de colaboración, que podría ser de prácticas, formación o ambas, aportando sus instalaciones, equipos, alumnado y equipo docente, para la producción de programas no informativos, destinados a su emisión en 7 TV, para ser, por tanto, centro de producción de apoyo en las condiciones que se acuerde con la UTE en dicho convenio. De lo expuesto en la propuesta parece complicado que el licitador pueda disponer de las instalaciones, personal y equipamiento del centro educativo como centro de producción de apoyo, en las mismas condiciones que el resto de centros destinados a tal fin, en esta y en el resto de ofertas presentadas.

- Centro de producción de apoyo 4:

Este centro es propiedad de la empresa Think Factory Studios, S.L., con la que el licitador ha firmado un acuerdo de colaboración. Está preparado para la producción de programas no informativos en 4K, especialmente de tipo musical, concursos, etcétera ya que la sala principal está tratada acústica y técnicamente para la grabación de audio en directo. En la propuesta se incluyen planos y listado del equipamiento con el que cuenta. Tiene una superficie total de 1.500 m<sup>2</sup> con una altura de techo de 7 metros, un plató de 180 m<sup>2</sup>, una sala de control, un estudio, almacén, oficinas multiusos y sala de reuniones.

El acuerdo de colaboración citado expresa:

- La intención del licitador de contar con Think Factory Studios, S.L., como productora para la producción de programas musicales y no informativos de 7 TV.
- Que la empresa se compromete a colaborar con la UTE y a aportar sus instalaciones, equipos, medios humanos, etcétera, en las condiciones que ambas partes acuerden, para la producción de programas musicales y no informativos para su emisión en 7 TV.
- Que la UTE incluirá en su oferta las instalaciones de La Industrial como centro de producción de apoyo para programas no informativos.

## B. Sistemas y equipos audiovisuales

### B.1. Estudios y controles de realización de informativos

La propuesta presenta un diagrama conceptual de estudios y control de realización de programas y detalla los equipos propuestos para el estudio de informativos:

- 4 cadenas de cámara Sony HXCFB80SN.
- 2 cámaras robotizadas Sony BRC-X1000).
- 2 teleprompters Autocue Master Series 17" SDI.
- Una grúa cabeza caliente Jimmy Jib.
- Sistema de iluminación LED con protocolo DMX.
- La microfónica está compuesta por 17 equipos inalámbricos Sennheiser.





- Sistema de intercomunicación y escucha de AEQ.
- Monitorización de video con sistema Blackmagic (8 monitores de 17 SmartView 4K) y 2 monitores Samsung QM75R de 75.
- Mezclador de video (Ross Carbonite Ultra).
- Monitorización de audio con Yamaha HS 7 MP.
- Mesa de audio (Yamaha QL5).
- Play-out de vídeo (VboxNews LT).
- Matriz de vídeo (Ross ULTRIX-NS-FR2-UHD2 64x64).
- Una tituladora (VectorBox).
- Para el control técnico de calidad de audio y vídeo se incorporan Vectorscopio, MFO y supervisión de audio.

Presenta redundancia de sistemas en controles y estudios ya que la matriz central puede asignar el control 1 al estudio 2 y viceversa y que las cámaras son intercambiables entre ambos estudios, al igual que los mezcladores.

Respecto al equipamiento de video, conviene destacar que, aunque las cámaras Sony HXCFB80 tienen salida 4K, la captación de imágenes nativa es a 1080/60p (FullHD). Sin embargo, las cámaras robotizadas Sony BRC-X1000 sí pueden captar imágenes 2160/30p (4K). Tanto el mezclador de vídeo como la matriz pueden trabajar en UHD.

## B.2. Redacción y edición de noticias

El sistema propuesto por el licitador para este apartado se basa en el sistema de noticias Inception News de Ross, incluyendo 25 licencias para usuarios concurrentes.

Para la edición de noticias se utilizará el sistema VSN NewsConnect, describiéndose sus funcionalidades.

Se especifica que para procesos de edición más elaborados se dispondrá, en las estaciones de periodista, del software de edición Edius Grass Valley, así mismo en esos puestos es donde se realizará la locución, empleando las herramientas mencionadas anteriormente.

## B.3. Producción

Se utilizará el gestor de recursos del sistema Ross Inception que facilita la organización y gestión de los medios necesarios para los servicios informativos y la coordinación de los equipos ENGs y la gestión de la EMA (Escala Maestra de Asignaciones), cuya descripción se realiza.

## B.4. Estudios y controles de realización de programas

La oferta muestra el mismo diagrama que para los informativos. Se detallan los equipos propuestos para el segundo estudio, que son los mismos que para el de informativos, excepto que no tiene cámaras robotizadas, hay menos elementos de iluminación, el mezclador de vídeo es similar, pero con menos opciones y se propone otro modelo de grúa.





Aunque en este apartado no se indica, en la descripción del centro de producción de apoyo 1 se listaba el equipamiento de video, audio e iluminación que poseía. Entre ellos se encontraban cuatro Blackmagic Studio Camera 4K, mezclador de video y matriz ATEM de Blackmagic.

#### B.5. Redacción y edición de programas

Se plantea el mismo sistema que para redacción y edición de noticias. La propuesta no aclara si los 25 clientes concurrentes en el sistema Ross Inception, son compartidos entre los dos sistemas citados o son exclusivos para la redacción y edición de programas.

#### B.6. Sistema de gestión de contenidos

La solución propuesta como gestor de contenidos es VSNEplorer MAM. Se describe dicha solución resaltando que es la herramienta elegida por RTRM para gestionar su fondo histórico audiovisual. También se hace referencia al su uso por la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación, Aragón TV, FORTA y otras televisiones nacionales e internacionales.

Por otra parte, el sistema de almacenamiento principal propuesto es Infortrend EonStor GS 3016 (3U de rack, 16 HGST Enterprise 3,5" 8TB HDD 7200 rpm, 4x10GBE y 4x puertos de 1 Gbps). La configuración del almacenamiento permite disponer de una capacidad bruta de 128TB y una capacidad neta de 112TB aplicando RAID 5E o 6, lo que supone cerca de 5.000 horas de contenido en formatos de 50Mbps.

#### B7. Ingesta

La propuesta incluye 8 canales de ingesta simultáneos instalados en el control central, más las 3 ingestas de los playout de estudio, contando, por tanto con una capacidad de 11 ingestas simultáneas.

Mediante los agentes de la herramienta VSNEplorer denominados VSWorker Transcoder se lleva a cabo la generación de las versiones en baja resolución del contenido incorporado al sistema, así como el resto de transcodificaciones necesarias.

Para un completo y automatizado control de calidad de ficheros se va a emplear el módulo VSNQC, totalmente integrado dentro de VSNEplorer.

Se propone realizar la digitalización de cintas de vídeo en los centros de respaldo ya que disponen de magnetoscopios de todos los formatos habituales.

#### B.8. Archivo y documentación

Como sistema de archivo y documentación se propone el empleo de VSNEplorer MAM, que se describe ampliamente en la propuesta.





La propuesta para el sistema de archivos en discos duros es el sistema denominado Alto III edición exprés de DAC, cuya integración nativa con VSN hace que no sea necesario ningún sistema intermedio. De las 60 ranuras del sistema, se tienen activadas la mitad. Asimismo se informa que este sistema es utilizado por Aragón Televisión, Televisión Canaria y Radiotelevisión de Ceuta.

Se dispondrán de 30 licencias concurrentes de consulta, documentación y gestión de contenidos, que se pueden compartir o no con los equipos que tengan acceso al sistema de News Ross Inception, que dispone de 25 licencias concurrentes.

La oferta también indica que para el archivo de producción se instalarán 16 discos modelo HGST Enterprise de 3.5" HDD (LFF), con tecnología SAS-12G, 7200 rpm, 8 TB, proporcionando 128TB de capacidad de almacenamiento en bruto.

#### B.9. Grafismo y postproducción

Se dispondrá de 40 puestos de periodista con el siguiente equipamiento: DELL Core i7. Gráfica 2 GB y 8GB RAM. Monitor DELL 22". Licencia Edius de software de edición y postproducción.

Asimismo, se dispondrá de 4 puestos de edición avanzada con el siguiente equipamiento: DELL Intel Xeon 16GB RAM, gráfica Nvidia Quadro P2200, 2 monitores BENQ 27", Adobe Creative Cloud, monitor SmartView 4K Blackmagic y tarjeta DeckLink Mini Monitor 4K.

La propuesta describe los playouts de estudio VBOX News integrados en la suite VSN-Ross y las características de Adobe Premiere Pro, incluido en la suite Adobe Creative Cloud.

Para la edición de composiciones gráficas se dispondrá de las herramientas de Adobe y del software Newtek VSE Advanced Edition (Virtual Set Editor) single license. Con esta licencia se prepara conformación para el Tricaster TC1, empleado en el apartado siguiente.

#### B.10. Set escenografía virtual

Para la escenografía virtual se propone un set de croma verde del que no se indican ni su ubicación ni las dimensiones y para la producción se propone TriCaster TC1, siendo escasamente descrito. Según la propuesta, será utilizado para las predicciones del tiempo y los eventos especiales como convocatorias electorales y alguna presentación de programas informativos con formato de alta postproducción.

#### B.11. Control central, recepción satélite y red de enlaces

La propuesta muestra un diagrama funcional de esta área. La matriz central propuesta es Ross Ultrix 64x64 y 8 puertos E/S auxiliares con licencia Ultraspeed 12G (4K).

Para la recepción de señales desde los centros de producción, equipos ENG, delegaciones y otras ubicaciones, se dispondrá de los receptores Aviwest, con una capacidad total de 32





recepciones y 8 salidas simultáneas en HD-SDI a la matriz central. Las mochilas Aviwest que se utilizarán se podrán conectar por 3G/4G o por IP.

La recepción satélite está formada por tres antenas satélite fijas (parábola de 1,2 metros, banda Ku) y una motorizada (parábola de 3,7 metros, banda Ku). Para la recepción de TDT se instalará un subsistema de captación de señales terrestre fija del fabricante Wisi.

#### B.12. Sistemas ENG

La propuesta prevé 10 cámaras Sony PXW-Z280V y mochilas transmisoras Aviwest DMNGPRO-380. Aunque la cámara permite grabar en 4K, en las características de vídeo de la mochila transmisora se indica que es hasta 1080p (FullHD). También se definen las características de los trípodes, baterías, cargadores y la microfonía inalámbrica.

#### B.13. Continuidad

La propuesta muestra un diagrama funcional del área. Para la continuidad, como sistema de automatización y servidor de emisión, se propone el sistema VectorBox capaz de emitir en simulcast la señal de SD, la de HD y la de streaming sin necesidad de recodificar previamente los ficheros de video. Este sistema se encuentra redundado para garantizar la continuidad. Como software de soporte a la continuidad se proponen diferentes aplicaciones: Autovia, FileIngestor, Imagen y Plylist Publisher.

También ha previsto para continuidad una matriz específica Ross ULTRIX-NS-FR1-UHD1 16x16, que estará enlazada con la matriz principal. Como mezclador de continuidad se propone el modelo MC1-UHD 4K.

La oferta expone que están previstas dos playlists por canal, una para las señales de SD y HD y otra muy similar para streaming, en la que no se pongan en el aire los contenidos para los que no se disponga de licencia para internet.

#### B.14. Gestión del tráfico y emisión

El sistema de tráfico y emisión propuesto es VSNCrea. El licitador describe sus funcionalidades e indica que es totalmente compatible con VectorBox (continuidad), VSNEplorer (gestión de contenidos), sistemas de accesibilidad y HbbTV Anglatènic, software de facturación y de gestión de publicidad externos y archivos VSN.

#### B.15. Publicidad

Se propone la utilización del sistema VSNCrea y se describen las características del mismo para esta funcionalidad.

#### B.16. Otros sistemas informáticos

La propuesta expone que el intercambio de contenidos se realizará a través de las herramientas Microsoft Drive y servidores FTP/SFTP internos.





Para la copia legal se ha propuesto el sistema VSNBroadrec, que permite la recepción de un canal con resolución HD o inferior y cuyo servidor presenta las siguientes características: Intel Xeon 4116, 16GB RAM, H730 hardware RAID controller (2 discos duros de 300GB SAS y uno de 2TB SATA 7200) y una tarjeta de red de 4 puertos (1 Gbps).

Para los servicios de información corporativa se propone el servicio de suscripción a Microsoft 365 Empresa Estándar.

En relación con los equipos de la red informática, se expone que fueron indicados en el apartado relativo al control central. Por otro lado, no se hace referencia a otros sistemas de administración, vigilancia y seguridad.

#### B.17. Sistemas eléctricos. Sistema de alimentación ininterrumpida y grupo electrógeno

El licitador expone que el centro de producción principal cuenta con un grupo electrógeno capaz de mantener todo el edificio y equipamientos en funcionamiento. También se indica que se dispondrá, además, de los sistemas de alimentación ininterrumpida y sistemas eléctricos necesarios que garanticen siempre la continuidad del servicio bajo cualquier circunstancia, sin que se aporten las características técnicas de los equipos citados.

#### B.18. Unidades móviles, unidades DSNG y parque móvil

El licitador indica que pone a disposición de la producción de programas dos unidades móviles y cuatro unidades DSNG (una con capacidad de producción Ka/Ku y tres con capacidad de producción Ku). En este apartado de la propuesta no se indica si las unidades son propias o contratadas, no obstante, teniendo en cuenta que en el apartado B.9 de la propuesta se expone que se dispondrá de 2 unidades móviles y 3 DSNG (en este apartado se proponen cuatro unidades DSNG), que se pondrán a disposición de otras televisiones o productoras en régimen de alquiler cuando no se estén utilizando y las fotografías aportadas, se puede inferir que son propiedad de alguna de las empresas que conforman la UTE.

La propuesta contiene un listado con los equipos con los que cuenta cada una de las unidades móviles y las DSNG, incluyéndose fotografías de estas, sin que se describan las características técnicas de los vehículos, ni figure el compromiso de su titular de adscripción al contrato, lo que resta concreción a la propuesta con relación a otras ofertas y dificulta la valoración.

La UM1 dispone de 6 cámaras Grass Valley LDK 8000 Élite con un sistema de cámara wireless y la UM2 dispone de 8 cámaras Grass Valley LDK 8000 Élite. Las cámaras y el equipamiento de las unidades móviles permiten la producción de contenidos en alta definición HD. Ambas unidades móviles cumplen los requerimientos exigidos en el PPT.

En la oferta se indica que las unidades disponen de generadores para poder suministrar alimentación eléctrica tanto al equipamiento exterior como a las propias unidades DSNG, cuentan con sistema de acondicionamiento de aire tanto para el equipamiento como para





los operadores e incluyen un sistema SAI de tensión estabilizada y una segunda toma de alimentación con conmutación automática.

Además se dispondrá de 8 vehículos corporativos, a través de un sistema de renting, que irán rotulados con los logos del canal.

### C. Sistemas interactivos y accesibilidad

#### C1. Plataforma HbbTV, portal web

La propuesta plantea la utilización del sistema Koovic, indicando que ofrece todo tipo de equipos y soluciones para la recepción, codificación, distribución, contribución y recepción de señales de TV, tanto en RF como IPTV en emisiones broadcast, en hoteles y hospitales, en redes corporativas y en internet. También ofrece una solución para contenidos interactivos utilizando el standard HbbTV. Se describen las funcionalidades que tendrá la plataforma de 7 TV, pero no se ofrecen detalles técnicos.

La oferta plantea asimismo la utilización del sistema Koovic para su plataforma web, describiendo sus funcionalidades, pero sin ofrecer detalles técnicos sobre su implementación.

#### C2. Sistemas de accesibilidad

Para el subtítulo en diferido el licitador propone subtitulación con el software Fingertext (2 estaciones) y para subtítulo en directo, la solución del mismo fabricante con la técnica de reablado (4 equipos).

Para la producción y revisiones de las audiodescripciones (10 horas semanales), la propuesta indica que se instalarán 2 estaciones con el editor de audiodescripción, sin que se aporte información adicional.

Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta realiza una correcta descripción del equipamiento, sistemas y soluciones para las diferentes áreas, indicando tanto sus características como sus funcionalidades aplicadas a este proyecto, pero no se aprecian mejoras tecnológicas o de gestión valorables, ni tiene elementos innovadores de valor respecto al resto de ofertas.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1,5 puntos**.

#### b) Propuesta relativa a la empresa CBM

*[Instalaciones y equipamiento técnico audiovisual]*





A continuación se analizan las especificaciones técnicas de centros de producción, sistemas y equipos, propuestos por el licitador para la ejecución del contrato, siguiendo la estructura del Anexo 4 del PPT.

#### A. Inmuebles. Centros de producción

El licitador propone un centro de producción principal situado en la calle Cuesta del Puente, 22, C.P. 30500 en Molina de Segura, que como se indica será el centro de producción de informativos. Se someterá a una profunda renovación arquitectónica y funcional, que se describe ampliamente en la oferta, iniciándose en el momento de la firma del nuevo contrato de adjudicación. Este edificio y su equipamiento serán destinados por completo a la prestación del servicio de la televisión autonómica de la Región de Murcia. Estas instalaciones no forman parte de un edificio de viviendas. Presenta una superficie total de 1.875 m<sup>2</sup>, distribuidos en dos plantas (la inferior tiene una superficie de 1.100 m<sup>2</sup> y la superior de 725 m<sup>2</sup>).

La propuesta presenta planos y modelos en 3D de las instalaciones e incluye como anexo, un video sobre la renovación de estas, donde se aprecia su aspecto final.

El licitador describe mediante imágenes la distribución de los espacios dentro del edificio. La planta inferior contiene:

- Una sala de usos múltiples (aula, sala de espera para las visitas y sala de reuniones)
- Una sala de descanso para las visitas y para el personal.
- Un comedor/office para las comidas del personal.
- Un departamento técnico (técnicos electrónicos e informáticos, documentalistas, gestores de contenidos), que cuenta con un despacho acristalado para el administrador de sistemas.
- Varios despachos para grafismo, dirección técnica, almacén y área de subtítulo.
- Área técnica con sala de racks (dos filas de 6 y 5 racks cada una), sala de revisión y copia de materiales de producción ajena, una área combinada de control central e ingesta (incluye sala de locución), una sala de vestuario y maquillaje, control de realización, control de continuidad, dos platós y un almacén.

En la planta primera hay un espacio abierto en el que se sitúa la redacción de los informativos y programas informativos, así como el personal de producción y de emisiones, cuenta con despachos para la dirección del canal y el departamento comercial, un despacho para el JDCSP y una sala con equipos de postproducción de alto nivel.

El plató de informativos cuenta con 190 m<sup>2</sup> de superficie y 6,30 metros de altura, estando la parrilla de iluminación a 5 metros de altura sobre el nivel del suelo.

El plató número 2 cuenta con 106 m<sup>2</sup> de superficie y 6,30 metros de altura. Este plató dispone de una croma de obra que ocupa tres laterales del plató más el suelo y sistema de iluminación.

Ambos platós cumplen las exigencias mínimas establecidas en el PPT.





En la propuesta se indica que la sala de racks cuenta con climatización autónoma del resto del edificio. Toda la alimentación eléctrica de dicha sala está soportada por el SAI principal que se ubica en esa misma sala y es respaldada con un grupo electrógeno ubicado en la parte trasera del edificio. Los racks para la continuidad y los enlaces de contribución se encuentran eléctricamente protegidos por un segundo SAI más pequeño que se ubica en una sala de SAI anexa.

En la azotea existe una plataforma accesible desde el interior, donde están colocadas las antenas de comunicaciones y la maquinaria del sistema de acondicionamiento de aire.

El equipamiento de interconexión con FORTA, la red de enlaces institucionales y el archivo histórico de RTRM ya se encuentra instalado y dando servicio correctamente, dentro de la sala de racks del centro de producción principal.

En la oferta se indica que el centro de producción de Molina de Segura y el equipamiento en él instalado están adscritos al 100% a la prestación del servicio de 7 TV, incluyendo las cámaras ENG y otro equipamiento móvil.

La propuesta incluye un segundo centro de producción denominado “Centro de producción de programas 1”, ubicado en el Camino Viejo de Monteagudo s/n en Monteagudo (Murcia), que está conectado a los otros centros de producción y con las delegaciones mediante red de enlaces IP. Arquitectónicamente se trata de dos edificios unidos por una pasarela. En el edificio principal en el que el diario La Verdad desarrolla su actividad, se reservan 250 m<sup>2</sup> para la actividad de 7 TV. El edificio anexo está y estará dedicado por completo a la prestación del servicio de la televisión autonómica de la Región de Murcia.

El edificio anexo cuenta con un plató y un control de realización en la planta baja, junto con peluquería y maquillaje, almacén, sala de equipos y otras áreas auxiliares, incluyendo un SAI. En el control de realización se ha integrado un puesto de ingesta que también realiza las funciones de recepción y enrutamiento de señales propias de un control central.

En la primera planta se encuentran espacios destinados a oficinas y a la redacción de programas (sala de redacción número 1), así como una terraza para antenas.

El plató cuenta con aislamiento y acondicionamiento acústico, parrilla de iluminación y sistema de regulación de luces. Se encuentra instalado y funcionando un sistema de climatización, con maquinaria específica para la sala de racks y para el plató. Además del SAI para la alimentación del equipamiento electrónico e informático, cuenta con el respaldo de un grupo electrógeno ubicado en el edificio del diario La Verdad que también da servicio a este edificio. Se aportan planos y fotografías de las instalaciones.

En el espacio reservado en el edificio del periódico La Verdad, se halla una segunda redacción y otro plató, que cuenta con acondicionamiento acústico, parrilla de iluminación y sistema de regulación de luces y es operado desde el mismo control de realización que el primer plató. La propuesta incluye planos con la distribución de los espacios citados, indicando que la sala de





redacción número 2 y el plató, están destinados a la realización del programa “Murcia conecta”, incluyendo fotografías de ambos espacios.

Además se señala que el centro de producción de Monteagudo y el equipamiento en él instalado están adscritos al 100% a la prestación del servicio de 7 TV Región de Murcia.

La propuesta incluye un tercer centro de producción denominado ‘Centro de Producción de Programas 2’, ubicado en la Avenida de los Jerónimos 137, C.P. 30107 en Guadalupe de Maciasoque (Murcia) y centro comercial La Noria, actual sede de Popular TV. Este edificio y su equipamiento no se dedican por completo a la prestación del servicio de la televisión autonómica de la Región de Murcia ya que Popular TV sigue llevando a cabo desde allí la producción y emisión de su canal propio de televisión.

La oferta incluye los planos de este centro de producción de programas 2. En el edificio principal se encuentra un plató de una dimensión aproximada de 150 m<sup>2</sup>, que incluye un set principal, una grada con aforo para 90 personas y el control de realización en un altillo con acceso directo desde el plató y con visión directa del mismo a través de una cristalera. Hay también un segundo plató más pequeño donde se realizan a diario los informativos de Popular TV.

Además de su edificio principal en el campus universitario, Popular TV ocupa un local en el centro comercial La Noria que ha convertido en un plató de televisión, empleando como control de realización su unidad móvil en alta definición. En este estudio adicional se ubica un tercer plató de 300 m<sup>2</sup>, incluyendo las áreas auxiliares y de servicios, adaptado a los requerimientos de la producción audiovisual.

En la oferta se pone de manifiesto que el centro de producción de Guadalupe y el equipamiento en él instalado están adscritos al 61% a la prestación del servicio de 7 TV Región de Murcia.

La propuesta contiene sendos acuerdos de colaboración con las empresas La Verdad Multimedia, S.A. y Televisión Popular de la Región de Murcia, S.A., para la puesta a disposición del licitador de las instalaciones y medios citados con anterioridad.

El presente apartado de la propuesta, también se incluye una descripción de las delegaciones, indicando que el equipamiento básico y el espacio reservado están adscritos al 100% a la prestación del servicio de 7 TV, mientras que el resto del equipamiento y del espacio estará priorizado para el servicio de 7 TV en un 51%.

Teniendo en cuenta tanto el centro de producción como los centros de apoyo y el grado de concreción de los acuerdos establecidos para cada uno de ellos, se trata de la oferta que propone el mayor número de instalaciones dedicadas a la producción de programas, lo que es considerado como una mejora de gestión.

## B. Sistemas y equipos audiovisuales





La propuesta presenta un esquema general de funcionamiento de la televisión, indicando los puntos clave y la relación entre los mismos y un resumen con el equipamiento principal y los sistemas utilizados.

El licitador tiene previsto durante el primer año de la ejecución del contrato llevar a cabo un plan de actualización y modernización de algunos equipos y sistemas incluidos en la oferta. En cada uno de los apartados se detalla el equipamiento y los sistemas actuales y se indica también los cambios que se producirán tras la ejecución del plan.

### B.1. Estudios y controles de realización de informativos

Según se expone en la propuesta, se dispone del siguiente equipamiento:

- 4 cámaras robotizadas Panasonic AK-HC1800G nativas HD, cabezas robóticas con movimientos pan-tilt modelo Panasonic PH-405E y ópticas Canon KJ17ex7.7, panel de control de cámaras y robótica Panasonic AW-RP120GJ-
- El monitorado técnico asociado al puesto de control se compone de un monitor de forma de onda rasterizado Omnitek OTR 1001c y un monitor de visionado de alto nivel Sony LMD-A170.
- Cámara Panasonic AGHPX500E no robotizada, equipada con una óptica angular Canon J11ax4,5B y montada sobre una grúa Jimmy Jib Triangle de 4,5 metros.
- Dos servidores de vídeo Avid AirSpeed 5000 MPEG-2 HD.
- Mezclador de doble bus mezcla/efecto ROSS Video Carbonite con 24 entradas y 8 salidas auxiliares.
- Generador de caracteres de un canal, ROSS Video XPR1-0101-M3 XPression Prime.
- Para el sistema de texto iNEWS se emplea un control de play-out (iNEWS COMMAND).
- Prompter marca Autoscript modelo WP-NXU-SDI.
- Mesa de mezclas de sonido Yamaha QL5, microfónica inalámbrica y dos interfaces telefónicas para líneas RDSI AEQ Phoenix Stratos para las conexiones en directo.

En un documento anexo a la propuesta, se incluye un listado que contiene la descripción de todo el equipamiento del centro de producción principal, ubicado en Molina de Segura, que por su extensión no se reproduce en este informe.

El plan de renovación afectará al play-out del control de informativos, sustituyendo iNEWS Command por Avid MediaCentral | Command. Los dos servidores de vídeo Avid AirSpeed 5000 MPEG-2 HD, actualmente en servicio como servidores de play-out, serán sustituidos por servidores Avid AirSpeed 5500 MPEG-2 HD de 2 canales en el año 2023, que es la fecha anunciada por el fabricante para dejar de dar soporte a este modelo.

### B.2. Redacción y edición de noticias

El sistema actual es Avid iNEWS, del que se disponen 28 licencias simultáneas y será sustituido por Avid Media Central | Cloud UX como solución integral evolucionada del sistema actual, del que se dispondrán de 39 licencias simultáneas. En relación con la utilización del sistema Avid, se expone que es el proveedor de referencia en soluciones de





redacción y producción audiovisual de los mayores broadcasters desde hace años, mostrando un listado de referencias a nivel mundial, entre las que se pueden citar (RTVE, Mediaset España, La sexta, TF1, RAI, CNN, etcétera). Indicando asimismo, que la nueva solución propuesta ya es utilizada por RTVE en España y ZDF en Alemania.

El sistema de texto se encuentra instalado sobre doble servidor redundante HP DL320e Gen8 v2. En la propuesta se expone que se usará la aplicación MediaCentral | Publisher, que permite enviar activos multimedia y texto asociado a plataformas de distribución como Facebook, Twitter y YouTube y otros.

El licitador indica que todos los redactores de informativos y de las delegaciones se transformarán en redactores digitales y también en reporteros distribuidos por la Región de Murcia mediante el empleo de teléfonos inteligentes convertidos en herramientas MOJO (MObility JOurnalist). En concreto, utilizarán un smartphone modelo Samsung Galaxy Xcover Pro Enterprise y diversos micrófonos, adaptadores y estabilizadores que se describen en la oferta.

Los equipos informáticos de los redactores serán renovados por equipos DELL OptiPlex 3080 Tower con las siguientes características: i5-10500, RAM 16GB, HDD 512GB SSD, tarjeta gráfica NVIDIA Geforce 730 (2GB, FH) y monitor 24”.

### B.3. Producción

En la oferta se expone que para la sistematización de las labores de la producción de informativos y su coordinación con las otras áreas de trabajo (ingesta, documentación y continuidad), se utilizan las herramientas corporativas comunes a cualquier sistema de trabajo en equipo: grupos de correo, carpetas compartidas en el almacenamiento común, establecimientos de flujos de trabajo con sus documentos de referencia, teléfonos móviles corporativos, etcétera.

Empleando la herramienta iNEWS se creará una escaleta especial llamada Escaleta Maestra de Asignaciones (EMA), donde aparecerán todas las noticias que cada día entrarán en el sistema desde cualquier origen. A la EMA no sólo accede el personal del centro de producción de informativos sino también el personal de las delegaciones y la producción y dirección de los programas de actualidad realizados en el centro de producción de Monteagudo.

### B.4. Estudios y controles de realización de programas

Todos los programas no informativos van a producirse fuera del centro de producción principal. Algunos de ellos requerirán el uso de plató y otros no, en función del formato del programa. Los dos centros secundarios que se exponen a continuación están conectados con el centro principal y entre sí, a través de una red IP de intercambio de video y de ficheros.

El Centro de producción de programas 1 (Monteagudo), incluye, entre otros elementos:

- 4 cámaras robotizadas Panasonic AW-HE130EJ.





- 4 cámaras JVC GY-NM650E.
- Una grúa PROAIM KITE-22.
- Una cámara grúa Panasonic AG-DVX200.
- 2 prompter modelo TVPROMT.
- Equipamiento de red y gestión, PC, Servidor MAM Simedia, 2 Servidores de Playout Mediaplaynews (15 licencias), matriz Blackmagic, iluminación, intercomunicación, sonido, mezclador de video (Panasonic AV-HS450EJ), grabación y monitorado.

El Centro de producción de programas 2 (Guadalupe), incluye, entre otros elementos:

- 3 cámaras Blackmagic Studio 4K.
- Un teleprompter Autoscript.
- Playout (MagicSoft), 15 licencias Edius, estaciones edición, 6 licencias Avid MediaComposer, monitorado, mezclador ATEM 4M, mezclador de audio Yamaha 01V96, intercomunicación, e iluminación.

El centro de producción ubicado en el centro comercial “La Noria” cuenta con el siguiente equipamiento:

- Una unidad móvil dotada con 5 cámaras Blackmagic URSA con conexión de fibra óptica, unidades de control de cámara, mezclador de vídeo ATEM 4 M/E, dos grabadores HYPERDECK STUDIO, mezclador de audio Yamaha 01V96, monitorado técnico y de presencia, generador de caracteres, matriz de vídeo HD-SDI y sistema de intercomunicación.

#### B.5. Redacción y edición de programas

En el Centro de producción de programas 1, el equipamiento de edición y ofimático de la redacción número 1 (ubicada en el edificio anexo dedicado por completo a 7 TV) será aportado por cada productora en el caso de encargos de producción o de forma combinada por las productoras y el licitador en el caso de coproducciones.

La redacción número 2 cuenta con 10 equipos de edición audiovisual conectados al sistema integrado de edición de noticias y play out SIMEDIA, contando también dos de los equipos con el programa Adobe Premier, para las ediciones más complejas, más un equipo ofimático para el trabajo de la dirección.

En el Centro de producción de programas 2, la redacción tiene 8 puestos informáticos, que cuentan con el software de edición Edius Grass Valley y están conectados a la red de la Universidad Católica San Antonio (UCAM).

#### B.6. Sistema de gestión de contenidos

El licitador expone que utilizará el sistema Avid INTERPLAY, combinado con almacenamiento Avid ISIS (Infinitely Scalable Intelligent Storage) y redacción de texto Avid iNEWS, citando diversas referencias de su utilización aparte de 7TV desde 2015 (10 centros RTVE, Sogecable, Mediaset en todos sus canales en emisión, Canal Sur, Televisión





Autonómica de Castilla La Mancha, Televisión Autonómica de Galicia y otras televisiones internacionales como BBC, SKY TV, RAI, FRANCE TV, ZDF, etcétera). La propuesta realiza una descripción completa del sistema.

El almacenamiento compartido empleado es Avid ISIS 5500, con una configuración actual de tres chasis con una capacidad de almacenamiento de 32 TB, protección RAID 5, resultando una capacidad de almacenamiento conjunta efectiva de 6544 TB, lo que supone unas 2.500 horas de vídeo en el formato de fichero HD empleado.

El licitador destaca que, tras el plan de renovación, para el almacenamiento usará una combinación de tres chasis de Avid NEXIS | E2 de 100TB cada uno, equipados con el sistema de archivos Avid NEXIS | FS Foundation y con sus respectivos Avid NEXIS | E2 Controller. Este sistema sustituirá a los tres chasis de Avid ISIS actualmente en servicio modelo ISIS 5500 de 32TB de capacidad cada uno. Tendrá una capacidad de almacenamiento de aproximadamente 7.840 horas de vídeo en el formato de fichero HD empleado. La propuesta describe el sistema Avid NEXIS.

Para el intercambio de ficheros audiovisuales entre el almacenamiento compartido, los servidores de vídeo de continuidad y play-out y el archivo, se usarán dos servidores MediaCentral | Transfer (FTP). El conjunto de servidores necesarios para el funcionamiento del sistema se completa con dos MediaCentral | Transcode y dos MediaCentral | STP Encoder.

El software de virtualización que se empleará es VMWare Sphere Essentials Plus Kit, describiéndose en la propuesta dicha solución y los servidores utilizados.

## B7. Ingesta

Las señales de vídeo procedentes de enlaces exteriores que se enrutan a través de control central o de VTR o de otras áreas de 7 TV, se graban mediante el sistema Avid Interplay Capture.

Según se establece en la oferta la matriz empleada en ingesta es un subconjunto de la matriz de control central, para optimizar costes. El sistema de control de la ingesta se ha instalado sobre dos servidores redundantes modelo Avid AS3000, utilizando software Interplay Capture.

Se disponen de licencias para gestionar 10 canales de ingesta simultáneamente, aunque sólo se cuentan con servidores de vídeo para 8 canales. El sistema dispone de 2 servidores de vídeo de ingesta Avid AIRSPEED 5000 Mpeg2 HD y dos equipos con cuatro canales cada uno, lo que representa una capacidad de almacenamiento de 8 TB útiles, en un RAID 50 a partir de diez discos de 1 TB de capacidad unitaria.

Para la función de ingesta de ficheros se contará con 2 estaciones de trabajo HP Z420 equipadas con todos los periféricos necesarios y dispondrán de licencia Avid Media Composer, para la consolidación del material sobre ISIS. Una de ellas estará equipada con tarjeta interfaz de vídeo y audio Blackmagic Decklink Studio.





Del mismo modo, se cuenta para la ingesta con tarjetas de cámara con 4 lectores P2 Panasonic AJ-PCD2GJ y 2 lectores SXS Sony SBAC-US10.

Para la ingesta de ajena se utiliza un equipo Mac Pro con doble procesador Xeon de seis núcleos a 2.4Ghz, 12GB RAM, tarjeta gráfica ATI Radeon HD 5770. Tarjeta interfaz de vídeo y audio Blackmagic Decklink Studio y monitor Apple Cinema Display 27.

Para la transcodificación de otro material diverso, se utiliza el software Harmonic ProMedia Carbon Coder, indicándose en la propuesta todos los formatos soportados.

Como parte del Avid Interplay Production, pero destinado a la ingesta, se usa Avid Interplay Transcode Services, servicio en red que realiza de forma transparente al usuario, en el background del sistema, la transcodificación de la media entre diferentes formatos de archivo. Incluye una licencia de cliente de ISIS y se instala en su propio servidor.

Sala de cambio de formatos, con VTR de los formatos más habituales en el mercado.

El equipo de monitorado de ingesta, cuenta con un sistema multipantalla EVERTZ 7867VIPA16-DUO-HS de 32 entradas y dos salidas a sendos monitores de LG 65", monitor forma de onda rasterizado LEADER LV7770 y monitor de visionado de alto nivel SONY LMD-1751W.

Dentro del plan de renovación previsto por el licitador, está incluida la sustitución de Interplay Capture por MediaCentral | Capture, describiendo la propuesta dicha solución.

#### B.8. Archivo y documentación

El licitador propone un sistema de archivo multimedia TARSYS de Tedia Media, en concreto, TARSYS Standard Edition, Multimedia Asset Management System para un repositorio con usuarios nominales ilimitados, seis sesiones simultáneas de consulta, catalogación y descarga y catorce sesiones más de sólo consulta y descarga, con doble almacenamiento en baja y alta resolución para facilitar la consulta de los materiales sin necesidad de ser descargados. Incluye un almacenamiento intermedio (caché) entre el almacenamiento de trabajo de edición (Avid ISIS) y el almacenamiento en la librería, una caché en disco con una capacidad nominal inicial de 24 TB en un chasis Infortrend, ampliada con 8 discos adicionales de 8TB cada uno.

En cuanto al soporte físico del archivo definitivo, la propuesta se decanta por la librería de discos, detallando sus ventajas. En concreto, se opta por una librería DAC ALTO II con 48 slots de discos, doble fuente de alimentación, 4 puertos de 1GE y SSD de sistema, donde se alojarán discos duros de 6 TB/8 TB/10 TB cada uno, almacenamiento disponible on line de 700 TB. La propuesta describe las características de los 4 servidores y la cabina de discos para caché sobre la que funciona el sistema.

La actualización de este sistema está incluida dentro del plan de renovación. El licitador indica que optará por la familia de soluciones de VSN, concretamente para este proyecto





usará la combinación de tres sistemas: VSNEexplorer MAM (gestión de contenidos/archivo), VSNOneTV (servidores y automatización de continuidad) y VSNCrea (tráfico y emisiones).

Un punto clave a la hora de seleccionar esta solución ha sido el hecho de que RTRM cambió en 2018 su archivo TEDIAl Media por un sistema de archivo VSN, lo que garantizará la homogeneidad técnica.

En la propuesta, incluye una presentación de la compañía VSN e indica televisiones y entidades que utilizan sus sistemas en España y en el resto del mundo, destacando a RTRM, Corporación Valenciana de Medios de Comunicación, Aragón TV, FORTA, Barça TV y Telefónica Servicios Audiovisuales. En la propuesta se describe el sistema y sus funcionalidades.

#### B.9. Grafismo y postproducción

El licitador propone seis puestos de edición para las producciones más elaboradas, equipados con Avid Media Composer. Cuatro puestos de edición están montados sobre estaciones de trabajo HP Z420 (Intel Xeon E5-16503.2 12M 1600 6 Cores CPU, 8GB RAM DDR3, tarjeta gráfica Nvidia Quadro 2000 Graphics) y los dos restantes sobre estaciones de trabajo HP Z440 (Intel Xeon E5-1620V3/ 3.5GHz, RAM 32GB, tarjeta gráfica Nvidia Quadro K2200). Todos ellos dotados con doble monitor para una mayor facilidad de manejo de la aplicación y teclado especial Avid.

Los tres puestos dedicados a postproducción y promociones cuentan con interfaz de video AV externo y monitor Sony PVM-A250 para la revisión de las ediciones.

Un puesto cuenta con un interfaz AV externo AJA KONA 3G, con conexiones entrada / salida de vídeo digital SDI SD y HD, componentes analógicos y de audio digital AES/EBU (aparte de los canales embebidos en el vídeo digital), más audio analógico y una salida HDMI para el monitorado.

El software de edición es el mismo en todos los equipos. Aparte de las funciones básicas de edición no lineal, se incluye dentro de un entorno colaborativo con ISIS Interplay e iNEWS.

Entre los puestos de grafismo, uno funciona sobre un equipo Mac Pro two Quad-Core 2.4Ghz, doble procesador Xeon de Intel de seis núcleos a 2.4Ghz, 12GB RAM, tarjeta gráfica ATI Radeon HD 5770 1GB, monitor Apple Cinema Display 27" y dispone de licencia Adobe Creative Suite CS6. El segundo puesto, funciona sobre una estación de trabajo HP Z440 con interfaz de vídeo y audio Blackmagic Decklink Studio, disponiendo de licencias Adobe Creative Suite CS6 y Cinema 4D.

Dentro del plan de renovación tecnológica, se incluye la actualización de los equipos Media Composer a la última versión de software. Se renovará el hardware, adquiriendo equipos DELL Precision 5820 con las siguientes características: Intel Xeon W2235, 32GB RAM, tarjeta gráfica Quadro P2200, 5GB, 4 DP, doble monitor de 24" y teclado Avid específico para estaciones de edición. Las estaciones que incorporan interfaz de video cambiarán el sistema actual por Blackmagic Decklink Studio 4K.





#### B.10. Set escenografía virtual

Ubicado en el plató número 2 del centro de producción principal, donde un croma de obra cubre tres paredes y el suelo.

El puesto de control de la proyección se realiza sobre un Mac Pro two Quad-Core 2.4Ghz con doble procesador Xeon de Intel de seis núcleos a 2.4Ghz, 12GB RAM (2x6GB), disco duro SATA 1TB 7.200 rpm 3GB/s para sistema, 3 discos duros SATA 1TB 7.200 rpm 6GB/s para video, tarjeta gráfica ATI Radeon HD 5770 1GB, Superdrive 18x, Apple KeyBoard y Magic Mouse y un monitor Apple Cinema Display 27". Como software se emplea Resolume Arena Media Server, que puede controlarse remotamente desde el control de realización, para creación y proyección de gráficos empleados en la producción de programas y el control de la proyección combinada de los 3 proyectores Hitachi CP-WX8265 existentes en el techo del plató.

Dentro del plan de renovación previsto por el licitador, se instalará, como sistema de producción virtual, la plataforma PIXOTOPE de Future Group, solución híbrida de hardware y software basada en estándares abiertos para la creación de estudios virtuales, realidad aumentada (AR) y gráficos ON-AIR, con numerosas referencias en todo el mundo que se exponen en la propuesta.

Dentro de esta renovación la configuración futura propuesta contiene tres cámaras robotizadas Panasonic AW-UE150, hasta 4K/50p. Controlador Panasonic AW-RP150. Tres estaciones de trabajo HP Z4 Intel Core i9, 128GB RAM, tarjeta gráfica (GPU) NVIDIA Geforce RTX 2080TI, discos duros SSD 512GB, software PIXOTOPE. Estaciones de control de las cámaras robotizadas. Estación de diseño HP Z4 Autodesk, con licencia Autodesk 3D Studio MAX 2020 para diseño de fondos y escenarios.

Así mismo y dentro de esta renovación, las estaciones de producción contarán con salida HD-SDI de forma que podrán grabarse como señales independientes en ingesta o bien ser enrutadas hacia un mezclador para la realización en directo o falso directo del programa.

#### B.11. Control central, recepción satélite y red de enlaces

En la propuesta se indica que los equipos para la interconexión con las redes de FORTA y la red de enlaces institucionales de RTRM serán alojados en los racks de control central, en una sala de racks climatizada y de acceso restringido, con las mismas protecciones eléctricas que el equipamiento del licitador.

Según se expone, el licitador tiene un acuerdo con la empresa Sinopsis Live, S.L., que se aporta como anexo a la propuesta, para poner a su disposición elementos de transmisión y recepción TERADEK de su propiedad y realizar las gestiones técnico-comerciales pertinentes con las diferentes empresas de telecomunicaciones para obtener conexiones en exteriores a través de redes de fibra públicas. Indica también que usará las redes de empresas de cable locales que sean sedes de delegaciones.





El locutorio asociado al control central se empleará como un control de exteriores básico para la narración y comentarios de eventos deportivos o de otro tipo, además de emplearse para la locución de programas en postproducción cuando fuera necesario. En la propuesta se detalla el equipamiento incluido.

El sistema utilizará una matriz de vídeo HD-SDI con audio embebido GVG modelo NVISION CR64000 de 64 entradas por 64 salidas, con fuente de alimentación redundante. Para la sincronización de las señales externas, se dispone de seis sincronizadores de cuadro, Albala Ingenieros modelo HFS3000C01, controlados mediante el software propio del fabricante, vía red Ethernet protocolo TCP/IP.

En relación con la recepción satélite, la propuesta incluye dos antenas motorizadas, más dos antenas fijas, con un total de 3 receptores de satélite SENCORE modelo MRD 5800-Dual SD/HD MPEG2/H264. Para el monitorado de estas señales se dispone de un medidor de campo PROMAX modelo HD RANGER 2 por satélite y un analizador de espectro ROHDE & SCHWARZ FS300.

Se dispone de dos cross-converter modelo Albala Ingenieros HXC3000C01 conectados a la matriz. Se trata de un convertidor de formatos de vídeo digital 3G/HD/SD-SDI. En la propuesta se detallan los formatos soportados.

El licitador indica que todo el monitorado, técnico y de presencia, se comparte con ingesta ya que compartirán ubicación física y describe el equipamiento utilizado para estas tareas. Según la propuesta, se utilizará un sistema de generación de sincronismos doble con change-over automático, formado por 2 generadores de sincronismos Albala Ingenieros modelo GPS3000C02. La señal de sincronismo proviene de dos generadores de señales de test modelo Albala Ingenieros HTG3000C01.

El sistema de relojería se referencia a través del generador de código de tiempos que se emplea también en la sincronización de los sistemas audiovisuales, sincronizado al patrón mundial de referencia horaria mediante antena ubicada en la azotea y receptor GPS BODET.

El sistema de intercomunicación está compuesto por un sistema cableado dentro del Centro de producción de informativos y un sistema inalámbrico para las comunicaciones con el personal que trabaje dentro del plató. El sistema cableado se basa en una matriz compacta de intercomunicación AEQ-KROMA Telecom modelo TH5024R11 de 24 puertos. La parte inalámbrica se compone de estación inalámbrica ALTAIR con 4 petacas receptoras con sus correspondientes microauriculares, más accesorios como el cargador de baterías. La intercomunicación se realiza a través de un sistema de pinganillo inalámbrico con dos receptores Sennheiser EW 300-2 IEM-G3.

El transporte de las contribuciones hasta el centro de cabecera de red se realizará redundado tanto en equipos emisor y receptor como en el medio de transmisión (fibra/radioenlace). El licitador tiene contratado a la empresa COTA un enlace de fibra de 300 Mbps ampliables. El enlace vía radio contratado tiene una capacidad de 100 Mbps. Dentro del plan de renovación está previsto el aumento del caudal del enlace de contribución a 400 Mbps de forma permanente, así como la renovación de los codificadores





y decodificadores, que son detallados en la oferta. Para los enlaces con los Centros de producción de programas 1 y 2 se utilizará la red IP de la empresa COTA.

#### B.12. Sistemas ENG

El licitador expone que como elemento de dinamización del sector audiovisual regional ha optado por encargar la mayor parte de los trabajos relacionados con la captación de imágenes. Por lo tanto, en lugar de adquirir numerosas cámaras ENG va a contratar el servicio completo de grabación (equipo, operador y vehículo) con varias productoras de la Región de Murcia, buscando proveedores locales en cada comarca.

La propuesta prevé dos cámaras Panasonic AG-HPX500E, con óptica Canon YJ20X8, 5B4 IRS, describe sus características y detalla el equipamiento que las acompaña. Está prevista su sustitución, en el periodo intermedio de ejecución del contrato, por cámaras Panasonic AJ-PX270, cuyas características también se detallan.

Para la transmisión de las ENG se emplearán mochilas 4G de la marca TERADEK.

Además, el licitador expone que adquirirá y pondrá a disposición de las empresas que proporcionan el servicio de las delegaciones ubicadas en el ámbito territorial de la Región de Murcia, siete cámaras ENG Panasonic AJ-PX270 y los accesorios necesarios para la realización de coberturas.

En función de lo expuesto, el licitador pone a disposición de la ejecución del contrato nueve sistemas ENG.

#### B.13. Continuidad

En la propuesta se indica que actualmente el sistema de continuidad está compuesto por:

- Tres servidores VectorBox 8000 1+2 para las señales principales y backup de los tres canales de emisión considerados para 7 TV (HD, SD y Web).
- Un servidor VectorBox 8000 1+1 para señal de servicio.
- Un servidor VBox Rec 8000 2+0/Trim para la ingesta de dos canales HD.

Cada uno de estos servidores VBOX está dotado con discos de sistema en espejo y 2TB de almacenamiento de vídeo en RAID5. El almacenamiento interno se completa con un almacenamiento externo compartido por todos los servidores VBOX. Este almacenamiento externo consiste en un subsistema StoreData NAS con las siguientes características:

- Procesador Intel Xeon E3 QuadCore, 8 GB de memoria RAM DDR3 ECC ampliable a 32 GB.
- Una controladora extraíble en caliente ampliable a controladora redundante.
- Cuatro puertos de 1 Gbit Ethernet para conexión a la LAN.
- Cabina para rack de 19" con soporte para 16 discos SAS de 6 Gbit y con una altura de 3U con dos fuentes de alimentación redundantes y extraíbles en caliente, que





permite mantener en el servidor de continuidad capacidad de hasta una semana de emisión.

El sistema de servidores y automatización incluye el siguiente software: MediaCacher, Autovía, Imagen y Playlist Publisher.

El licitador detalla el equipamiento del sistema de continuidad, donde cuenta con:

- Un mezclador ROSS Video Master Control.
- Un generador de caracteres, incluido en el propio servidor de continuidad, uno por cada canal independiente considerado.
- Una matriz de vídeo ROSS Video NK-3G34 de 34 entradas por 34 salidas, con fuente de alimentación redundante.
- Dos paneles de control de matriz modelo RCP-NKM.
- Un panel XY para matrices de hasta 72x72.
- Dos magnetoscopios DVCPRO, Panasonic AJ-SD93 y Panasonic AJ-SD255.
- Un lector/grabador digital sobre discos SSD Blackmagic modelo Hyperdeck Studio 2.
- Un sistema multipantalla KALEIDO modelo MX-16X2.
- Un convertor externo de HD/SD-SDI a HDMI que enruta la señal a los monitores.
- Un cross-converter conectado a la matriz para su empleo según las circunstancias, modelo Albala Ingenieros HXC3000C01 similar a los instalados en el control central.

Para la emisión por streaming vía web se utilizará un codificador HAIVISION modelo KULABYTE S-KB- 1 como elemento principal, existiendo uno secundario de reserva y para la segunda ventana web, se utilizará una tarjeta Blackmagic Studio con un software personalizado.

En la propuesta se indica que se utilizará como sistema de copia legal CREATECNA.

El plan de renovación tecnológica indica que implementará VSNOneTV para los sistemas de continuidad. El licitador realiza una descripción de dicho sistema, detallando las especificaciones técnicas e indicando los formatos de ficheros compatibles. La configuración que se propone es un sistema con tres servidores ONETV con la misma configuración física: Dual Xeon Gold 6128 3.4Ghz, 64GB RAM, 2xSSD 256GB OS, 4x1GBE, 6x1TB SATA 7.200 rpm (RAID10), NVIDIA P400, F/A Redundante, tarjeta MATROX de vídeo de 8 puertos configurables, almacenamiento de media de 12TB en mirror (24TB físicos). Para que funcionen como elementos redundantes, se cuenta con un almacenamiento externo Infortrend EonStor GS 3000 (4x10GBE + 4x1GBE) con 16 discos de 6TB SAS a 7.200 rpm, que funcionará como NAS de media para todos ellos, además de compartirse con el sistema de archivo.

#### B.14. Gestión del tráfico y emisión

El licitador indica que fundamentalmente se trata de una base de datos que almacena y registra todas las producciones emitidas o disponibles para emisión, sea cual sea su origen, junto con su ficha y su estado en lo relativo a su emisión. Esta base de datos permite al departamento de emisiones elaborar las parrillas y escaletas de emisión, así como la EPG





(Electronic Program Guide – Guía Electrónica de Programas) que acompaña a la emisión de los programas.

La solución actual es un desarrollo personalizado basado en TVR Manager, una solución multicanal y multi idioma para la gestión de la programación de TV, implantado con éxito en el mercado desde el año 1997. En la propuesta se explican las funcionalidades de esta solución.

Tras el plan de renovación tecnología utilizará, para la gestión del tráfico y emisión, la solución VSNCrea, que se describe en la propuesta, indicando que se contará con licencias para el acceso de 5 usuarios concurrentes al sistema.

#### B.15. Publicidad

Para la gestión de la publicidad se cuenta con el módulo de gestión publicitaria del sistema de tráfico TVR Manager Advertising, completado con algunos desarrollos propios para la adaptación a los requerimientos del Plan de Comercialización Conjunta de FORTA. Se completa la gestión de la publicidad con la disponibilidad de los informes de audiencia de Kantar Media.

El sistema para la gestión publicitaria, al ser parte del sistema de tráfico, será renovado, siendo sustituido por Neptuno-Gestión publicitaria, de la suite de gestión de procesos de negocio eVeTV, de Evendor Media. La oferta incluye una descripción detallada de las funcionalidades del sistema, indicando que se integra con los sistemas de tráfico y emisión, ERP financiero, sistema de emisiones, sistema de continuidad y con sistemas externos como el NEWIX (FORTA) e Infosys (herramienta de Kantar Media para la obtención de datos de audiencia).

#### B.16. Otros sistemas informáticos y licencias de comunicación audiovisual

El Centro de producción principal está dotado de un cableado estructurado que cubre toda su superficie actual de trabajo, con cable y patches de categoría 6. Este centro cuenta con dos conexiones por fibra óptica con Vodafone, una de 100 Mbps para internet y otra de 10 Mbps para telefonía IP y streaming web.

En la oferta se indican los elementos que componen la red corporativa y se describen los diferentes servidores corporativos. También se hace referencia a que la seguridad perimetral se cubrirá con un firewall Barracuda NG Firewall x300.

La solución de correo corporativo actual que propone el licitador está basada en un plan compartido de cuentas de correo con buzones de correo simples con 8192 Mb de capacidad cada uno, soportado por ARSYS.

El licitador expone que el modelo de PC de trabajo ofimático y de redacción que utiliza es el HP Pro-3500 (D5R79EA), con sistema operativo Windows y licencia Microsoft Office.





La propuesta indica que el licitador dispone de una central de telefonía IP Panasonic KX-NS1000, conectada con las instaladas en otras sedes del grupo SECUOYA de forma redundante ante fallos de uno de los equipos. Asimismo, se dispone de un lector de huella ubicado en el acceso a las instalaciones, para el registro de las entradas y salidas de los trabajadores, cuyos datos son gestionados a través de una aplicación web.

Parte del equipamiento informático, como los PC de usuario y los elementos de conmutación de red, será objeto del plan de actualización y modernización que tiene previsto el licitador, detallando la propuesta las nuevas características de los equipos y los plazos de ejecución.

#### B.17. Sistemas eléctricos. Sistema de alimentación ininterrumpida y grupo electrógeno

El licitador expone que el centro de producción principal cuenta con un SAI marca SALICRU, modelo SLC-6/3 ADADT 100 kVA, ubicado en la sala de racks, con capacidad y autonomía suficiente para alimentar a todo el equipamiento de producción audiovisual ante un corte de energía. Asimismo, se dispone de un segundo SAI de 5kVA, marca SALICRU modelo SLC-5000-TWIN-PRO, que protege adicionalmente el equipamiento de continuidad y emisión ante cualquier incidencia eléctrica.

Las instalaciones también cuentan con un grupo electrógeno PRAMAC GSW220 para mantener la alimentación de los equipos durante fallos del suministro cuya duración supere la capacidad de carga del SAI, con capacidad y autonomía suficiente para alimentar a todo el equipamiento de producción, ofimático y de servicios generales (climatización e iluminación) del edificio.

#### B.18. Unidades móviles, unidades DSNG y parque móvil

El licitador expone que dispondrá de dos unidades móviles de producción, nativas HD, de 6 cámaras una y 4 la otra sobre vehículos de 5 metros, con una asignación del 100% a este contrato. Una de ellas es una unidad combinada de producción y transmisión por satélite y cumple los requerimientos exigidos en el PPT. Ambas unidades son propiedad del licitador.

La primera de ellas, denominada UM 1, incluye:

- Un vehículo Mercedes Benz Sprinter con sistema de acondicionamiento de aire para refrigeración de equipos y climatización del área operativa independientes.
- Una furgoneta de carga Ford Transit.
- El licitador detalla el equipamiento con el que contará esta unidad móvil, entre el que cabe destacar:
  - 6 cadenas de cámara Sony HSC-100RT/4E, visor de estudio 7" HDVF-L750.
  - Unidad de control CCU HSCU-300RT/4E y panel de control remoto RCP-1530/U, Blackmagic Smatscope Duo.
  - Transmisor Teradek BOLT 300TX y receptor TeradeK BOLT 300RX.
  - Cámara Panasonic AG-HPX500E.





- Mezclador de vídeo HD ROSS Carbonite CF-224MM, sistema de grabación multicámara y repeticiones HD-SDI NEWTEK 3PLAY 440-MS, matriz HD-SDI ROSS NK-3G34 de 34 entradas y 34 salidas.
- Mesa de sonido Yamaha DM1000 y matriz de intercom RIEDEL TNG-200.3.

La UM1 también cuenta con tres SAI modelo Delta Gaia 3kVA/2,7kW y grupo electrógeno interno. Dado que esta unidad móvil también actúa como DSNG, el grupo electrógeno interno alimenta todo el equipamiento de transmisión de la propia unidad. En la bodega se dispone de conexiones eléctricas para la alimentación de equipamiento externo. La DSNG 1 tiene una antena Swedish DIRVE-AWAY 150KM, en la banda Ku y controlador de antena.

La segunda unidad móvil, denominada UM 2, incluye:

- Un vehículo Nissan Capstar NT400.
- 4 cámaras JVC GY-HM650E con baterías y accesorios, con sensores CMOS de 1/3" de 1920x1080 pixels y objetivo Fujinon F1.6-3.0 de 23 aumentos.
- Sistema Tricaster TCX850, resolución HD nativa.
- Servidor de repeticiones NewTek 3Play 425 con 4 entradas y 2 salidas HD.
- Mesa digital de audio Behringer de 32 canales de entrada, rack de 8 micros inalámbricos con 8 petacas, 8 corbateros y 2 diademas, intercom inalámbrica y un set de comentaristas.
- También dispone de dos SAI de 2 kVA, grupo electrógeno y toma de alimentación externa. En la bodega hay conexiones eléctricas para la alimentación de equipamiento externo.

Respecto al parque móvil, en la oferta se expone que todos los vehículos, tendrán una asignación del 100% al contrato y serán puestos al servicio del licitador a través de contratos de alquiler renting. Inicialmente se contará con dos turismos para los equipos ENG y dos para usos varios de producción con la siguiente identificación (dos vehículos BMW Serie 1, un vehículo BMW X1 y un vehículo Citroen C4 Cactus). Además, el licitador contará con una furgoneta de carga Ford Transit de apoyo para conexiones en directo y retransmisiones. Todos los vehículos irán debidamente identificados con el logotipo de 7 TV.

## C. Sistemas interactivos y accesibilidad

### C1. Plataforma HbbTV, portal web

El licitador expone que como sistema de gestión de contenidos usará WordPress, realizando una descripción del sistema e indicando que, aunque empezó siendo una plataforma de blogs, en los últimos 15 años se ha convertido en CMS potente y robusto capaz de manejar incluso los sitios web empresariales más grandes.

La plataforma de gestión de la infraestructura de sistemas de información propuesta se alojará en una Plataforma de Computación Cloud de Telefónica Soluciones de Informática y Comunicaciones de España S.A.U., que proporciona las infraestructuras necesarias en cuanto a suministro eléctrico, condiciones ambientales y seguridad física y lógica, complementada con una conexión de la infraestructura a internet mediante circuitos de





alta capacidad redundantes y sin límite de ancho de banda. El servicio Virtual Data Center estará alojado en un centro de datos con certificación TIER IV. La oferta incluye el detalle del equipamiento del entorno de cloud privado.

El licitador se encargará de la gestión de dominios registrados a nombre del canal, que serán renovados anualmente. Los servicios web proporcionados estarán protegidos mediante certificado digital.

La CDN propuesta es MEST, solución web con consola de gestión mediante navegador HTTPS especializada en cargar, alojar, codificar, emitir y difundir contenidos audiovisuales por internet. Mest es partner de Akamai, la principal red de entrega de contenidos del mundo, que puede responder directamente a las solicitudes de contenidos web procedentes de los usuarios finales. Los contenidos pueden cargarse en la plataforma MEST vía web, API o FTP.

## C2. Sistemas de accesibilidad

Para la audiodescripción, se utilizarán editores no lineales que permitan insertar las descripciones y exportar un fichero emitible del programa con el audio de la descripción narrada en los canales correspondientes, o exportar el programa con la mezcla de audio para la web.

En relación con la subtítulos, cuando se adquiera producción ajena, el licitador se compromete a negociar los contratos de producción ajena para conseguir los ficheros de subtítulos de series, películas y demás contenidos, en todos los casos que sea factible adquirirlos. En el caso de la producción propia, en la propuesta se indica que la producción pregrabada puede subtitularse off-line y posteriormente reproducir el fichero con los textos asociados en paralelo con la reproducción del material audiovisual, tarea que recaerá o bien en terceras empresas especializadas como Bienvenido Gil, S.L., perteneciente al grupo del licitador, o bien en las productoras a las que se les haga un encargo de producción. El licitador ofrece a las productoras la posibilidad de remisión vía FTP, a la empresa citada, del fichero en baja resolución del programa a subtitular más el guion, para que esta cree el fichero de subtítulos sincronizado con el código de tiempos del programa a partir de la inclusión de los textos del guion y del rehablado, cumpliendo con la norma UNE 153010:2012.

En el caso de subtitulado en vivo, el licitador contará con tres estaciones de subtitulado formadas por un PC estándar equipado con editor de subtitulación directa Fingertext y software de reconocimiento de voz Dragon Naturally Speaking. Para la realización de esta tarea, dos personas se turnarán en el rehablado y sincronización de subtítulos y una tercera se encargará de las correcciones. El sistema permite la captura de los artículos desde el sistema de noticias. Se dispondrá de tres licencias del editor de subtitulación directa Fingertext.

Para el subtitulado del resto de la programación de producción propia, el licitador contará con un sistema de subtitulado automático basado en el reconocimiento de voz mediante el software Audimus Media. Este software funciona sobre un PC HP PRODESK 490 G3, i7





67003, 40 GHz, 8GB DDR4 SDRAM, 1TB HDD, NVIDIA GeForce GT730, 2GB DDR3 SDRAM y tarjeta Blackmagic Decklink SDI 4K para la captura de la señal audiovisual a subtitular. Se dispondrá de una licencia del editor de subtitulación directa Fingertext.

La solución elegida por el licitador para la subtitulación tanto en directo como en diferido de la emisión broadcast por TDT será multitransmisor Fingertext, complementado con el software Intertrans para Softel, que se ocupa de interpretar los paquetes IP Fingertext para crear las páginas de teletexto para insertadores Softel ubicados en la cabecera del múltiplex del radiodifusor de la TDT. Las subtitulaciones de directos pueden grabarse como ficheros SBT o EBU-STL para posteriores reemisiones.

En el plan de renovación, para el subtitulado, se añadirá un módulo de subtitulación HandData al multitransmisor Fingertext ya existente, así como el módulo Newfor para la subtitulación de las señales a enviar a las plataformas por cable (Movistar), el módulo Eventos y el módulo de subtitulación para el streaming de internet. La subtitulación del streaming web se completa con el Fingertext – Listener Wowza. También se instalará un segundo multitransmisor Fingertext como backup del existente.

En cuanto a la lengua de signos, mediante el mezclador de vídeo del estudio de informativos, se incrustará en directo la imagen del intérprete de signos. En programas en diferido, se podrá incrustar durante la postproducción del programa.

Para HbbTV, la propuesta incluye la solución Fingertext, con las licencias Fingertext – Emisor Lengua de Signos, Fingertext – HbbTV Lengua de Signos y Lanzadera con el módulo Listener Eventos.

En el plan de renovación tecnológica en lo relativo a la difusión de la interpretación en lenguaje de signos empleando la HbbTV, en la solución Fingertext se incluirá el módulo de inserción DSMCC Stream Events, el módulo de monitorado MONITOR CENTRAL y el módulo EVENTS.

Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta con carácter general realiza una descripción muy detallada del equipamiento, sistemas y soluciones para las diferentes áreas, indicando tanto sus características como sus funcionalidades aplicadas al proyecto, incluyendo mejoras de gestión, sin destacar ninguna especial innovación en la materia.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, al ofrecer mejoras gestión valorables, por lo que se le otorga **una puntuación de 2,25 puntos**.

**c) Propuesta relativa a la empresa NOW**  
*[Instalaciones y equipamiento técnico audiovisual]*





A continuación se analizan las especificaciones técnicas de centros de producción, sistemas y equipos, propuestos por el licitador para la ejecución del contrato, siguiendo la estructura del Anexo 4 del PPT.

#### A. Inmuebles. Centros de producción

La propuesta expone que para el proyecto de 7 TV se pondrá a disposición en exclusividad el inmueble donde el licitador tiene instalado su único centro de producción y gestión, ubicado en la calle San Vicente de Paul 6, C, Espinardo (Murcia). Se trata de un edificio con una superficie total de 4.500 m<sup>2</sup> distribuido en tres plantas. En la planta baja está ubicada la entrada del edificio y los equipos de mantenimiento, siendo de uso exclusivo las plantas primera y segunda donde se ubicarán las diferentes áreas de trabajo. Estas instalaciones no forman parte de un edificio de viviendas.

La oferta incluye planos de la primera y segunda planta y detalla cada uno de los espacios, indicando funcionalidades y cuáles tienen sistemas de atenuación de ruidos. Actualmente, en este inmueble tiene su sede una televisión privada de ámbito autonómico.

La primera planta albergará los siguientes espacios:

- Redacción de programas e informativos (100 m<sup>2</sup> para informativos y 115 m<sup>2</sup> para programas).
- Despacho para la dirección de informativos.
- Controles de realización y control técnico (50 m<sup>2</sup>).
- Edición (4 cabinas con una superficie útil de 30 m<sup>2</sup> y una sala para grafismo con una superficie de 8 m<sup>2</sup>, sala de locución con una superficie de 10 m<sup>2</sup> y control anexo con una superficie de 7 m<sup>2</sup>).
- Control de continuidad (20 m<sup>2</sup>).
- Control técnico (20 m<sup>2</sup>).
- Cambio de formato e ingesta (20 m<sup>2</sup>).
- Sala de comunicaciones con climatización independiente.
- Departamento técnico (20 m<sup>2</sup>) con un almacén y sala para reparación de equipos.
- Vestuario (10 m<sup>2</sup>) y maquillaje (15 m<sup>2</sup>)
- Sala de formación (60 m<sup>2</sup>).

El alojamiento de los equipos necesarios que permitirán la conexión y disponibilidad de la red FORTA y para otros sistemas que RTRM deba instalar en relación con la prestación del servicio objeto del contrato se realizará en la sala de comunicaciones indicada anteriormente.

En esta planta también se ubicarán los estudios, con una superficie total de 435 m<sup>2</sup>. Están destinados a albergar:

- Dos sets de programas con una superficie aproximada de 250 m<sup>2</sup>.
- Un set de informativos con una superficie de 95 m<sup>2</sup>.
- Un set de entrevistas con una superficie de 40 m<sup>2</sup>.
- Un set de croma con una superficie de 50 m<sup>2</sup>.





El plató de informativos tiene pared acristalada y visión a la redacción de informativos y espacio para tres presentadores y un entrevistado. El plató de croma y el de entrevistas son colindantes al de programas, pero están alejados del de informativos. La propuesta indica que tienen una altura libre desde el suelo al techo de 3,5 a 5 m y un falso suelo elevado modular de 60 x 60 cm, con una altura de 35 cm para facilitar el mantenimiento de las instalaciones. Se consigue atenuación acústica con placas de cartón-yeso y lana de roca, con soportes suspendidos bajo la estructura de cubierta.

La segunda planta albergará los siguientes espacios:

- Dirección (270 m<sup>2</sup>, con espacios para el Director General del canal, Director de antena, Director de comunicación y marketing, Director de programas, Director de RRHH, Director financiero, Director jurídico, Departamento de RRHH, Departamento de administración, secretarías de dirección, sala de juntas y sala de reuniones).
- Archivo y documentación (sala de trabajo de 60 m<sup>2</sup> y la sala anexa para archivo de 80 m<sup>2</sup>).
- Salón de actos (80 m<sup>2</sup> y capacidad para 30 personas).

En la azotea hay una plataforma de 30 m<sup>2</sup> que se apoya en los pilares recrecidos del edificio, indicando el licitador que hay espacio suficiente para la colocación de 4 antenas parabólicas de diferente diámetro y los radioenlaces.

La propuesta describe el sistema de climatización, la instalación de fontanería y saneamiento y la instalación eléctrica. Indica que en la planta baja se ubican la instalación del sistema de alimentación ininterrumpida SAI con una potencia de 80 kVA, un grupo electrógeno con una potencia de 200 kVA y un área para mantenimiento del edificio, con una superficie útil de 60 m<sup>2</sup>.

La oferta expone el establecimiento de un sistema de vigilancia ininterrumpida, control de accesos y rondas internas, con atención continuada de los sistemas de seguridad, alarmas, controles, así como control de paquetería y correspondencia.

Respecto al centro de producción, conviene reseñar que la propuesta no define de forma precisa la altura de los platós, indicando que está comprendida entre 3,5 y 5 metros. Por otro lado, los planos aportados únicamente ofrecen una vista en planta de las instalaciones, que no aporta información sobre la altura de los platós, no quedando acreditado que el plató de programas tenga una altura de 5 metros, en al menos 100m<sup>2</sup> de superficie, tal y como exige el PPT.

## B. Sistemas y equipos audiovisuales

### B.1. Estudios y controles de realización de informativos

La propuesta describe los siguientes equipos para el estudio y control de realización de informativos:

- 5 cámaras robotizadas (Panasonic AW-HE130, Full HD)
- Una grúa KESSLER KCLITE 8 para una de las cámaras.





- 4 pedestales Alphatron (dos de ellos con monitor de prompter de 17”).
- Televisor de 50”, sistema de microfonía, sistema de retorno y sistema de intercomunicación e iluminación.

Para la realización, el licitador propone los siguientes equipos:

- Mezclador modelo Blackmagic ATEM 4M/E Broadcast Estudio 4K.
- Sistema multipantalla (4 monitores Samsung de 60” UHD).
- Sistema de gestión cámaras robotizadas Panasonic AW-RP150GJ.
- 3 conjuntos de monitor doble Blackmagic SmartView.
- Monitor de control Blackmagic SmartScopeDuo 4K y otro de visualización SmartView 4K.
- Mesa básica para control de iluminación ZERO 88 de Juggler.
- Paneles de la matriz central y paneles de intercom.
- Mesa de audio (Yamaha QL).
- Layout de emisión (VSNLivecom o similar).
- Tituladora (VSN CG+ o similar).
- Un teleprompter de VSN integrado con el playout de noticias.

## B.2. Redacción y edición de noticias

El licitador propone la adaptación de su infraestructura actual mediante la actualización y adquisición del equipamiento que le permita tener un sistema de producción de noticias gestionado garantizando un flujo de trabajo óptimo en la redacción de noticias al integrar las tareas de elaboración de escaletas, asignación de recursos, edición de textos, captura de materiales, almacenamiento y catalogación, integración con archivo, edición compartida de A/V con locución desde los terminales de periodista, rotulación a tiempo real, teleprompter y publicación automática de noticias en la página web.

La propuesta indica que se prevén 25 puestos de Redacción/Producción/Locución/Edición, 4 puestos de Edición avanzada y 1 puesto de Dirección. Se muestran las especificaciones de un equipo informático HP, sin indicar el número de equipos que se proponen ni la ubicación de los puestos.

Se describe brevemente el software de edición de video Avid Media Composer y Newscutter y en el apartado denominado ‘Sistema de texto para noticias y programas’ se describe ampliamente el funcionamiento genérico del sistema de noticias iNEWS de Avid.

No se hace referencia al número de licencias de software ofertadas.

## B.3. Producción

El licitador expone que el sistema iNEWS integra todos los medios necesarios para una completa producción de programas. Como servidor de emisión se utilizará VSN Livecom o similar. También se expone que el control de la producción se realizará a través del sistema de gestión de la emisión (VSN Crea o similar) que permite la gestión de la EMA (Escaleta Maestra de Asignaciones).





La información expuesta en relación con los apartados relativos a la redacción y edición de noticias y la producción, está basada en generalidades de los sistemas ofertados, sin que se concrete su utilización en el proyecto.

#### B.4. Estudios y Controles de Realización de Programas

El licitador detalla los equipos propuestos para el estudio en el que se podrán realizar dos programas simultáneos:

- 6 cámaras de estudio HD Sony HSC-100 y accesorios.
- Una grúa EGRIPMENT ELITE para una de las cámaras.
- 4 pedestales Vinted Proped Vision 250.
- 2 sistemas teleprompter LCD 19”.
- 2 televisores de 50”.
- Además de sistema de microfonía, sistema de retorno y sistema de intercomunicación e iluminación.

Para la realización se contará, entre otros, con los siguientes equipos:

- Mezclador modelo Blackmagic ATEM 4M/E Broadcast Estudio 4K.
- Sistema multipantalla (4 monitores Samsung de 60” UHD).
- Sistema de gestión de cámaras Sony RCP-1500.
- 3 conjuntos de monitor doble Blackmagic SmartView.
- Monitor de control Blackmagic SmartScopeDuo 4K y otro de visualización SmartView 4K.
- Mesa básica para control de iluminación ZERO 88 FLX S48.
- Además de paneles de la matriz central, paneles de intercom, mesa de audio (Yamaha QL) y playout Live Media Server.

#### B.5. Redacción y edición de programas

La propuesta prevé los siguientes puestos de trabajo: 30 puestos de Redacción/Producción, 4 puestos de Edición, 1 puesto de Locución y 1 puesto de Grafismo, con los siguientes equipos:

- Equipos para Redacción/Producción: HP Z2, i7, 16GB RAM, TFT 23”.
- Equipos de Edición/Grafismo: HP Z4, i9, 32GB RAM, NVIDIA P5000 8GB, 2 TFT 23”. Monitor 32” y cabina discos 16 TB RAID 5. Licencias Adobe Suite.
- Para la locución, se dispondrá de una sala adaptada acústicamente con un micrófono Newman y su previo de micro a línea, tendrá conexión con las 4 salas de edición y la sala de grafismo, pudiendo grabar en cualquiera de ellas.

#### B.6. Sistema de gestión de contenidos





La solución propuesta es la plataforma Spider de VSN, que es descrita en la oferta. No se aportan referencias sobre instalaciones similares.

Sistema de almacenamiento SGI NAS 3000 Power formado por 2 servidores:

- Servidor Principal: 32 procesadores. 64 GB de memoria. Discos de 250GB redundante (2 discos). 4 conexiones de fibra de 4 Gbit y 4 conexiones Gigabit ethernet. Fuente de alimentación redundante.
- Servidor de Salvaguarda: 16 procesadores. 32 GB de memoria. Discos de 250GB redundante (2 discos). 2 conexiones de fibra de 4 Gbit y 4 conexiones Gigabit ethernet. Fuente de alimentación redundante.

Sistema de almacenamiento online SGI TP9700 de 4 Gbit, con doble controladora de 4 GB y 2GB de caché. Cuenta con 8 bandejas con un total de 56 discos de 2 TB a 10.000 rpm para alta resolución y 42 discos de 2 TB a 10.000 rpm para la baja resolución, además de 7 discos de 400 GB a 15.000 rpm para el servicio de base de datos. Las 4 conexiones Gigabit pueden ofrecer entre 250 y 300 Mb/s a clientes.

En total, se dispondrán de 168 TB útiles de almacenamiento y servicio a 10 flujos de datos concurrentes con un ancho de banda total superior a 100 Mb/s por bandeja, para la alta resolución y 120 TB útiles de almacenamiento y 150-200 flujos de datos a 50 Mb/s por bandeja para la baja resolución y 2.400 GB para la base de datos.

Servidor de aplicaciones y base de datos SGI Oracle Altix 350 en alta disponibilidad, principal y redundante, con 8 procesadores a 1.500 Mhz, 16 GB de memoria, 4 conexiones de fibra, 4 conexiones Gigabit, L2 para poder hacer el *reset* en las máquinas para la alta disponibilidad y fuentes de alimentación redundantes.

#### B7. Ingesta centralizada, control de calidad y cambio de formato SD y HD

Se dispondrá de una matriz HD de 256x256, de la cual no se indica ni fabricante ni modelo, para la conexión de todas las áreas técnicas. Sistema de ingesta compuesto por 6 captadoras MOG de Vídeo y 30 captadoras MOG de ficheros. Se realiza una descripción del proceso, indicando en la propuesta que cada captador MOG SpeedRail posee 3 canales de grabación, automatizados mediante VSN Autorec Director, o similar y controlados remotamente mediante VSN Autorec Terminal, o similar. El número máximo de ingestas simultáneas en alta resolución será de 12, mientras que baja resolución, se podrán realizar 30.

En el apartado de control de calidad se indica el equipamiento de la sala de monitoreado. Por otro lado, se expone un listado con los equipos existentes para el cambio de formato y se propone como mejora en esta área, la utilización del software de transcodificación Promedia Carbon (Carbon Coder).

#### B.8. Archivo y documentación





El sistema de archivo estará basado en la solución TARSYS de Tedral. La propuesta prevé la integración de este sistema con el archivo histórico audiovisual de RTRM para la consulta e intercambio de archivos. Según se expone, este sistema permite la consulta de 40 usuarios simultáneos.

#### B.9. Grafismo y postproducción

La propuesta plantea dos equipos de grafismo diferentes, uno dedicado en exclusividad a informativos y vinculado al sistema VSN News y otro más avanzado para programas y vinculado al sistema Brainstorm. Además, se dispondrá de los siguientes equipos:

- Un equipo para la preparación de gráficos para programas: HP Z8, i9, 64GB RAM, NVIDIA Quad P5000 8GB, 2 TFT 23", 1 WACOM A4, 1 monitor 32". Software modelado 3D, Adobe Suite. Editor de plantillas para tituladora, licencia Curious y ASTON 3D.
- Un equipo para preparación de gráficos para informativos: HP Z8, i9, 64GB RAM, NVIDIA Quad P5000 8GB, 2 TFT 23", 1 WACOM A4, 1 monitor 32". Licencia Avid News Cutter, Software modelado 3D, Adobe Suite. Editor de plantillas para tituladora, licencia Curious.
- Sistema de almacenamiento común para ambos equipos: NAS de 20 TB distribuidos en una RAID 5 y conexión a 10 GB.

#### B.10. Set escenografía virtual

Se propone la solución del fabricante Brainstorm denominada InfinitySet. El licitador indica que InfinitySet es una solución fácil de usar, dentro del entorno virtual que integra un generador de elementos 3D con múltiples cámaras reales y virtuales, manipulador de croma integrado y un mezclador de producción, todo ello desde un solo ordenador. La propuesta expone sus principales características, no indicando en qué estudio o plató estará ubicado este set, ni el equipamiento con el que contará.

#### B.11. Control central, recepción satélite y red de enlaces

La propuesta muestra un listado con los principales equipos que compondrán el área de control central: Matriz HD 128x128 fabricada por NEVION, receptores 4G, conversores, monitores, etcétera.

La recepción por satélite se realizará a través de tres antenas de 1,80 m de diámetro (HISPASAT, EUTELSAT Y ASTRA). El sistema contará con 3 receptores HDV-9130 y un analizador de espectro ROHDE & SCHWARZ SH3. La propuesta incluye también un sistema de recepción de imágenes del servicio meteorológico soportado por el satélite Meteosat.

La red de enlaces está basada en modulación COFDM para la realización de transmisiones de vídeo en directo. Se utilizará el Pico del Relojero como estación repetidora. En la propuesta se describe el sistema de transmisión y recepción. Además, se propone un servicio de enlaces móviles IP basados en tecnología LTE, que permitirá la transmisión de la





señal audiovisual en directo desde cualquier ubicación de la Región de Murcia hasta el centro de producción de programas.

#### B.12. Sistemas ENG

El licitador propone la asignación de 10 cámaras Sony PXW-Z280, indicando el listado de todo el material que compone cada equipo ENG. En la red de enlaces se indica que se utilizarán equipos de transmisión fabricados por DEJERO modelo EnGo 260. Aunque las cámaras citadas son capaces de grabar en 4K, en las características de vídeo de la mochila transmisora (Dejero EnGo 260) se indica un formato de 1080p.

#### B.13. Continuidad

Se propone la utilización del sistema de automatización VSNMulticom, describiendo los módulos que contiene.

Como servidor de continuidad se propone el empleo de Spectrum™ MediaDeck™ 7000 de HARMONIC, o similar. Sistema integrado de paquetes de hasta cuatro canales de video, conectividad Ethernet Gigabit y tres de almacenamiento RAID 1 en un chasis compacto.

Para el sistema de grabación de curso legal se empleará VSNBroadec o similar.

#### B.14. Gestión del tráfico y emisión

La propuesta indica que adoptará el sistema de VSNCreaTV (u otro de similares características), describiéndolo genéricamente, para realizar las tareas de gestión del tráfico, emisión y publicidad y que se dispondrá de 10 licencias.

#### B.15. Publicidad

Se propone la utilización del sistema VSNCTV.

#### B.16. Otros sistemas informáticos y licencias de comunicación audiovisual

Según se expone, el centro de producción del licitador dispone de una infraestructura de telecomunicaciones de altas prestaciones, indicando que se ampliará a 10 Gigabyte, lo que le permitirá realizar las tareas propias de edición de video online y la carga del tráfico de gestión administrativo y televisivo.

#### B.17. Sistemas eléctricos. Sistema de alimentación ininterrumpida SAI y grupo electrógeno

En relación con la instalación eléctrica de baja tensión, al tratarse de un edificio de uso compartido, no toda la instalación eléctrica del inmueble se pone a disposición de la ejecución del contrato, por lo tanto, hubiera sido conveniente independizar las instalaciones eléctricas asociadas a ambos usos, para evitar interacciones que puedan perturbar el normal funcionamiento de las instalaciones eléctricas afectas a la ejecución del contrato.





En relación con la potencia total instalada de la instalación eléctrica, la propuesta expone que *“el suministro eléctrico principal es una línea de 100 KVA”* y que se dispondrá de un sistema de alimentación ininterrumpida DELTA ULTRON de 80 kVA y un grupo electrógeno AEM de 200 kVA, con un depósito de 1.000 litros de capacidad.

#### B.18.-Unidades móviles, unidades DSNG y parque móvil

El licitador indica que dispone de una unidad móvil totalmente equipada para 8 cámaras, que será adaptada para la producción nativa en HD y que se trata de un vehículo Ford Transit de 215 CV, 8,5 m de longitud, 2,5 m de anchura, 4 m de altura desde el suelo y una altura útil interior de 2,10 m aproximadamente. La propuesta describe los diferentes espacios y sistemas de la unidad móvil, así como el equipamiento de video, audio y de comunicaciones. La unidad móvil estará dotada de 6 cámaras con tecnología Full-HD Sony HSC-100 con todos sus componentes. En la propuesta no se indica si se dispone del sistema SAI exigido en el PPT, ni figura compromiso donde se expresen las condiciones de adscripción al contrato, lo que resta concreción a la propuesta con relación a otras ofertas y dificulta la valoración.

Además se expone someramente el equipamiento del que está dotada la unidad DSNG de la que dispone el licitador.

Por último, se indica que se dispondrá de 30 turismos para el transporte de los reporteros y cámaras, sin que consten las características de los mismos, ni las condiciones en las que se adscribirán al contrato.

#### C. Sistemas interactivos y accesibilidad

##### C1. Plataforma HbbTV, portal web

La propuesta describe las diferentes funcionalidades de una plataforma transmedia genérica, pero sin especificar cual incluye en su propuesta. Se indica que la plataforma que se utilice deberá contar con un sistema editorial multimedia para el mantenimiento del catálogo de contenidos y seguimiento analítico de la plataforma online, así como players, WebTV y widgets multimedia, con reproductores de video y audio, en directo y bajo demanda, servidores interactivos, de comunidad, de participación y de registro de la actividad online.

El licitador describe el funcionamiento general de la tecnología HbbTV, sin incluir ninguna información concreta para su propuesta.

##### C2. Sistemas de accesibilidad

La propuesta indica que para la plataforma de subtítulo y de la herramienta de subtitulación en directo se elige la herramienta Swift TX de Softel, sin que se aporte información acerca de cómo se realizará el subtítulo.





Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede afirmar que la propuesta con carácter general muestra poca información sobre los sistemas y soluciones a implementar, haciendo frecuentes referencias a que instalará el equipo propuesto o uno similar, explicando las soluciones propuestas sin concretar cómo se van a integrar en el proyecto. Además, en algunos casos la información proporcionada sobre el equipamiento propuesto es incompleta, a modo de ejemplo se puede indicar que en la unidad móvil descrita no se indica si dispone del sistema SAI exigido en el PPT.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercera del presente informe, relativa a la metodología empleada, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga una puntuación de **0,75 puntos**.

#### d) Propuesta relativa a la empresa PROMECAL

*[Instalaciones y equipamiento técnico audiovisual]*

A continuación se analizan las especificaciones técnicas de centros de producción, sistemas y equipos, propuestos por el licitador para la ejecución del contrato, siguiendo la estructura del Anexo 4 del PPT.

El licitador expone que todas las instalaciones y medios materiales y técnicos ofertados serán destinados integra y exclusivamente a cumplir con el servicio público objeto del contrato.

#### A. Inmuebles. Centros de producción

El centro de producción propuesto estará situado en el Polígono Industrial Oeste, Avenida Principal, Parcela 26/13 en San Ginés, Murcia. El edificio tiene una planta baja con una superficie de 2.275 m<sup>2</sup> con más de cinco metros de altura y tres plantas de 125 m<sup>2</sup> cada una con altura normal de oficina. Además cuenta con espacios en sótano de aproximadamente 2.400 m<sup>2</sup> para garajes, salas técnicas no operativas y almacenes de todo tipo. Se trata de un edificio en un polígono industrial y por lo tanto no forma parte de un edificio de viviendas. El licitador no indica el uso actual del edificio que albergará el centro de producción, ni propone centros de producción adicionales.

En la propuesta se incluyen los planos del edificio. En ellos se muestra el detalle de la instalación en cubierta, donde hay una plataforma con dos antenas parabólicas motorizadas y una pequeña torre de telecomunicaciones de tres metros de altura en la que se pueden instalar enlaces digitales por microondas.

Aunque en este apartado se describen brevemente las delegaciones, no se considera que sean centros de producción de apoyo.

La planta baja de la edificación propuesta contará con los siguientes espacios:





- Un plató para informativos de 206 m<sup>2</sup> de superficie, con una pared de led de 4,5 m x 2,5 m, formato 16:9, que podrá mostrar gráficas, meteos, datos estadísticos, etcétera. Tiene una altura de 5,5 metros, paredes recubiertas para un tiempo de reverberación óptimo y acceso a través de puertas acústicas. El plató cumple las exigencias mínimas establecidas en el PPT.
- Un plató auxiliar de 23 m<sup>2</sup> de superficie, preparado para presentaciones, retransmisiones deportivas o eventos, grabación de lenguaje de signos y programas para un máximo de cuatro personas. Tiene una altura de 5,5 metros, paredes recubiertas para un tiempo de reverberación óptimo y acceso a través de puertas acústicas.
- Un plató para programas de 400 m<sup>2</sup> de superficie, con 5,5 metros de altura, almacén para decorados de 120 m<sup>2</sup> de superficie y área de reserva de 327 m<sup>2</sup> de superficie, para ampliación del plató si fuera necesario.
- Un espacio de trabajo común de 572 m<sup>2</sup> de superficie, con 86 puestos de trabajo, que incluirá zona de ingesta centralizada y cambio de formato (4 puestos), redacción de informativos (40 puestos), producción de informativos y archivo/documentación (8 puestos), dirección de programación (10 puestos), producción de programas y archivo/documentación (6 puestos), departamento técnico (6 puestos), departamento comercial (4 puestos), departamento de antena (8 puestos).
- Una zona con despachos para el Subdirector General de Informativos, el Subdirector General de Antena y el Subdirector General de Emisora.
- Diez cabinas de edición/locución de vídeo, dos salas de postproducción, dos salas de reuniones de 15 m<sup>2</sup> de superficie para uso común, una zona de formación/salón de actos para 35 personas y una sala de ENG de 25 m<sup>2</sup> de superficie.
- Dos controles de realización de 37 y 20 m<sup>2</sup> de superficie respectivamente, un control central de 15 m<sup>2</sup> de superficie, un control de continuidad, una sala de racks principal y una sala de racks para servicio de RTRM que dispondrá de acceso independiente.
- Una sala para el SAI y una sala para el grupo electrógeno, ambas insonorizadas y acondicionadas.

La propuesta incluye el detalle del equipamiento de los platós y de las salas de control.

En las plantas primera y segunda se ubicarán los despachos del Director General de la Cadena y del Jefe del Departamento de Control del Servicio Público Audiovisual de RTRM, dos salas de reuniones, un archivo y una zona de trabajo para los servicios generales (8 puestos).

Todas las paredes de los controles técnicos, plató para informativos, plató auxiliar, cabinas y salas de postproducción irán forradas con paneles de forma irregular fonoabsorbentes en paramentos verticales y horizontales, clasificación BS1 y absorción acústica NCR 0.90.

Según se expone, el edificio del centro de producción dispondrá de una solución integral de seguridad proporcionada por Prosegur. La sede estará vigilada 365/24h por cámaras inteligentes. Habrá rondas presenciales y todas las salas sensibles tendrán acceso restringido por tarjeta. El licitador indica que el edificio cumple con todas las normas de seguridad, dispone de plan de evacuación, alarmas y detectores de incendios.

## B. Sistemas y equipos audiovisuales





### B.1. Estudios y controles de realización de informativos

El licitador propone el siguiente equipamiento:

- Líneas de cámara HXC-FB80 + Kit Studio (Sony), pantalla led ICON C138 INDOOR (Absen).
- 2 apuntadores (prompters) Estudio 17" (TVPrompt).
- Iluminación del plató (Prime Lux) con mesa de control de iluminación FLXS242U ZERO 88.
- Micrófonos inalámbricos UWP/MB-X6 (Sony), escuchas inalámbricas EW IEM G4 (Sennheiser) y un sistema de intercom CrossNet 72 (Aeq).
- Monitorado (monitores de 65" LG) y multipantalla de video (AXON MGU200).
- Mezclador de video VMC 1 (Newtek) y mezclador de audio SQ7 Dante (Allen&Heath).
- Reproductor Playout Studio Pro (Cinegy).
- Sistema de grafismo XPression (Ross Video).
- Control técnico PVM-X2400 V2 (Sony) + Synapse DM1 (QSC).
- Grúa con cabeza caliente en el plató y matriz de video SLX2-3GHD6464-CP-HDBNC (Nevion).

En la propuesta se incluyen las características del equipamiento reseñado, indicando que todos los sistemas críticos estarán redundados. Existen discrepancias en el número de apuntadores indicando en este apartado la existencia de 2 unidades y en el apartado correspondiente al plató de informativos se hace referencia a 3 unidades. Análogamente, hay discrepancias en la identificación de los equipos para el monitorado citados en este apartado (LG) y en la descripción realizada en el apartado relativo al centro de producción, donde se proponían cuatro monitores Alto Brillo Sony.

Aunque en este apartado no se indica el número de cámaras, se puede inferir que serán cuatro ya que en el apartado correspondiente al plató de informativos se indica que se contará con cuatro cámaras de estudio UHD 4K modelo Sony HXC-FB80 y que serán robotizadas. Además, se expone que en la grúa de dicho plató se instalará una cámara robotizada Panasonic modelo AW-UE150 igual al resto de cámaras de informativos, lo que no concuerda con lo anteriormente expuesto.

Respecto al equipamiento de video, conviene destacar que, aunque las cámaras Sony HXC-FB80 tienen salida 4K, la captación de imágenes es 1080/60p.

### B.2. Redacción y edición de noticias

Se implantará el sistema Cinegy News, que integra sistema de texto, gestión de escaleta y preescaleta de noticias, gestiona hasta 100 clientes simultáneos para todas las aplicaciones (texto, edición y locución), sistema de edición de noticias, archivo, ingesta, *playout* de 2 canales y generación de gráficos y prompter.

### B.3. Producción

El licitador señala que para la producción utilizará la herramienta que lleva integrada Cinegy News para tal fin. Dentro del sistema de gestión, la producción principal se realizaría con el





módulo PAM (Production Asset Management). En la propuesta se incluye la descripción de sus funciones.

#### B.4. Estudios y controles de realización de programas

El licitador propone el siguiente equipamiento:

- Líneas de cámara HXC-FB80 + Kit Studio (Sony), pantalla led ICON C138 INDOOR (Absen).
- 2 prompters (apuntadores) Estudio 17" (TVPrompt).
- Iluminación del plató (Prime Lux) y mesa de control de iluminación FLXS242U ZERO 88.
- Micrófonos inalámbricos UWP/MB-X6 (Sony), escuchas inalámbricas EW IEM G4 (Sennheiser) y un sistema de intercom CrossNet 72 (Aeq).
- Monitorado (monitores de 65" LG) y multipantalla de video (AXON MGU200).
- Mezclador de video VMC 1 (Newtek) y mezclador de audio SQ7 Dante (Allen&Heath).
- Reproductor Playout Studio Pro (Cinegy).
- Sistema de grafismo XPression (Ross Video).
- Control técnico PVM-X2400 V2 (Sony) + Synapse DM1 (QSC).
- Grúa con cabeza caliente en el plató.
- Matriz de video SLX2-3GHD6464-CP-HDBNC (Nevion).

En la propuesta se incluyen características del equipamiento reseñado, indicando que todos los sistemas críticos estarán redundados.

Existen discrepancias en el número de apuntadores indicado en este apartado la existencia de 2 unidades y en el apartado correspondiente al plató de programas se cita 3 unidades. Igualmente, existen discrepancias en la identificación de los equipos de monitorado citados en este apartado y en la descripción realizada en el apartado relativo al control de realización 2, donde se proponían tres monitores de 55" de la marca Sony.

Aunque en este apartado no se indica el número de cámaras, se puede suponer que serán cinco ya que en el apartado correspondiente al plató de programas se indica que se contará con cinco cámaras de estudio UHD 4K.

#### B.5. Redacción y edición de programas

Propone el sistema Cinegy News, que integra sistema de texto, gestión de escaleta y preescaleta de programas, gestiona hasta 100 clientes simultáneos para todas las aplicaciones (texto, edición y locución), sistema de edición, archivo, ingesta, playout de 2 canales y generación de gráficos.

#### B.6. Sistema de gestión de contenidos

La gestión de contenidos se realizará a través de los módulos PAM (Production Asset Management) y MAM (Media Asset Management) de Cinegy.

Como instalaciones similares ya existentes, el licitador menciona las de CNN Turquía, BBC Irlanda y FOX.





La propuesta para el hardware de almacenamiento consta de dos NAS redundados y en espejo con 120 TB de capacidad de almacenamiento cada uno.

#### B7. Ingesta centralizada, control de calidad y cambio de formato SD y HD

El sistema propuesto contará con una matriz HD/SDI, de la que no se indica ni fabricante ni modelo, de 8 canales de ingesta directos, con su agenda de captura desatendida para agencias y satélites y 8 canales de ingesta para digitalización directa. Todos los canales de ingesta estarán integrados en el sistema de archivo y disponibles para el sistema Cinegy News.

El transcodificador utilizado será Convert Pro de Cinegy, del que se detallan los codecs soportados.

En la propuesta se incluyen los siguientes magnetoscopios para capturar las grabaciones del archivo histórico que están en cintas de video: VTR Formato Betacam Digital, VTR Formato Betacam SX/SP y VTR Formato DVCPRO/DVCAM/DV.

#### B.8. Archivo y documentación

El sistema de archivo propuesto es Cinegy Archive, del cual no se incluyen las características técnicas, aunque se indican los formatos soportados. Se indica que tiene una capacidad de 480 TB, sin dar más detalles. Este sistema soporta hasta 100 clientes simultáneos para todas las aplicaciones.

#### B.9. Grafismo y postproducción

El sistema de grafismo y postproducción propuesto, del que no se indica ni el número de equipos ni el número de licencias, constará de los siguientes componentes:

- Hardware: iMac Proc Intel Xeon W, 64 GB RAM, tarjeta gráfica 8 GB.
- Software: Adobe Premiere 2020, Adobe After Effects 2020, Cinema 4d R21, Avid, 3D Studio, Final Cut, Photoshop e Illustrator. También software específico como los Trapcode y Form de Read Giant, Elements u Optical Flare de Video Copilot.

#### B.10. Set escenografía virtual

La propuesta describe las posibilidades del generador de escenarios virtuales de Newtek, que permite disponer de un escenario virtual 360º en los diferentes sets. La captación de las imágenes reales se realizará con cámaras Panasonic AW-UE150 4K 50p, sin que se detalle el número de unidades ni la ubicación del set.

#### B.11. Control central, recepción satélite y red de enlaces

La información proporcionada sobre el decodificador Thor HD-IRD propuesto parece proceder de una traducción automática, resultando ininteligible.





La recepción de las señales externas será gestionada por Cinegy Route.

La matriz de video propuesta se corresponde con el modelo SLX2-3GHD6464-CP-HDBNC de Nevion. La oferta indica las características de esta matriz 64x64 UHD.

El mezclador de vídeo propuesto se corresponde con el modelo TC1 de Newtek, que permite mezclar video SDI con video en streaming y soporta una resolución de video hasta 4K. Este mezclador dispone de 44 entradas de video vía NDI con 4 entradas HD SDI y de 35 salidas vía NDI en HD y 1 en 4K NDI, además de 4 salidas SDI independientes.

El licitador indica que para la contribución entre sedes utilizará el protocolo de transporte de señal de código abierto SRT.

En la propuesta se indica que para las señales de contribución de unidades móviles la solución elegida es la de Aviwest con equipos transmisores 3G/4G. Describe dicha solución sin concretar el modelo de los transmisores.

El sistema de recepción por satélite estará compuesto por dos parábolas, una de 120 cm y otra de 180 cm motorizada. Los decodificadores utilizados serán Wellaw MRD 580.

#### B.12. Sistemas ENG

La propuesta prevé 22 equipos completos ENG operativos en todo momento. Según la distribución propuesta, habrá diez equipos en la sede central con sus diez mochilas para conexiones en directo. En las sedes propias (Madrid, Cartagena y Lorca) habrá otros ocho equipos completos ENG con sus correspondientes mochilas y en las sedes contratadas en exclusiva (Bruselas, Águilas, Caravaca de la Cruz y Yecla) cuatro equipos completos ENG con otras cuatro mochilas.

El licitador propone la adquisición de tres tipos diferenciados de ENG en función del tipo de cobertura a realizar (Sony PXW-Z280, Sony PXW-F55M2K o Sony PXW-Z450). En la propuesta no figura ni el número de unidades de cada modelo ni la distribución entre los diferentes centros. La propuesta detalla las características técnicas de las cámaras, entre las que se incluye la grabación en 4K, así como el resto de los componentes de los sistemas ENG.

#### B.13. Continuidad

Para la continuidad, el licitador propone la solución Cinegy Air PRO, que puede proporcionar salidas en SD, HD y Ultra HD (4K). El sistema estará redundado con doble servidor de emisión en formato clúster y con alta disponibilidad. El mezclador de continuidad propuesto es el modelo TC1 de Newtek. Este sistema incluye el módulo de monitorización Cinegy Multiviewer.

#### B.14 Gestión del tráfico y emisión





La propuesta indica que toda la gestión de tráfico y emisión se realizará con el sistema de continuidad y de publicidad, estando los dos coordinados para la generación de escaletas, control de emisión, gestión de derechos y geolocalización para contenidos.

El sistema VSNCrea que se utilizará en publicidad tendrá estrecha integración con el sistema de gestión de contenidos MAM, playouts y plataformas no lineales. Esta integración permitirá la automatización de la emisión, EPG, software de facturación, etcétera. En la propuesta se exponen las especificaciones del sistema.

#### B.15. Publicidad

El sistema propuesto es VSNCrea, del que se describen las características a nivel de publicidad. Este sistema se integrará con el sistema de análisis y gestión de datos de Global Media Software (GMS-Publicidad).

#### B.16. Otros sistemas informáticos y licencias de comunicación audiovisual

El licitador propone un sistema informático del que cabe destacar los siguientes aspectos:

- Utilizará switches Aruba CX 6400.
- La conectividad entre las sedes se realizará a través de circuitos Ethernet y fibra FTTO.
- Habrá un único CPD.
- La red corporativa se dividirá en VLANs (para diferenciar el tráfico de vídeo y emisión, del tráfico de usuarios) en cada sede.
- Cada sede dispondrá de alta disponibilidad con backups de comunicaciones con tecnologías diferentes a la red principal.
- La salida a internet se realizará mediante un acceso único para todas las sedes de la red en un centro de datos de alta disponibilidad TIER IV.
- Utilizará una red MPLS para la intranet.
- El acceso remoto a las sedes se realizará mediante VPN IP SSL/IPSEC.
- Dispondrá de un cortafuegos Palo Alto Strata PA3220, un Datacenter TIER III y un servidor FTP/SFTP virtualizado.
- El sistema de administración contable y financiera propuesto utiliza el módulo GMS-Finanzas de Global Media Software.

#### B.17. Sistemas eléctricos. Sistema de alimentación ininterrumpida SAI y grupo electrógeno

En la propuesta se describen los elementos generales de la instalación eléctrica.

Por otro lado, se indica que se dispondrá de un SAI de la marca EATON, modelo 93PM, 150 kVA y de un grupo electrógeno de 200 kVA, GSW 220 DEUTZ ACP insonoro.

Todo el sistema eléctrico existente estará conectado al conjunto SAI/Grupo electrógeno, a excepción de la climatización y la iluminación.

#### B.18. Unidades móviles, unidades DSNG y parque móvil





El licitador indica que contratará las unidades móviles a la empresa Broadcast Producciones, sin que se aporte ningún compromiso de prestación de servicios entre las partes.

La primera unidad móvil propuesta estaría preparada para la producción en UHD e incorporaría DSNG. Entre el equipamiento cabe destacar:

- 8 cadenas de cámaras (7 4k URSA Broadcast y 1 Micro Studio Camera 4k), ópticas Canon /Fujinon.
- doble sistema SAI con estabilización y conmutación automática, sistema de acondicionamiento de aire y suministro exterior de alimentación a DSNG, que cumpliría las condiciones mínimas exigidas en el PPT.

La segunda unidad móvil propuesta puede disponer de 4 a 8 cadenas de cámaras Panasonic HD y una cámara Sony Action Cam, sin que se especifiquen los modelos. En la propuesta no se indica si esta unidad móvil dispone de sistema de acondicionamiento de aire.

En relación con las unidades DSNG, según se expone, serán subcontratadas a distintos proveedores, indicando que cada vez se utilizan con menos frecuencia, debido a la agilidad de las mochilas. La propuesta expone las características de la unidad DSNG tipo que propone para el proyecto.

En la oferta no consta información acerca de los vehículos correspondientes a las unidades móviles y DSNG propuestas anteriormente.

El licitador indica que contará con los siguientes vehículos corporativos: diez vehículos para la sede central principalmente para equipos ENG y ocho para las delegaciones, todos incluirán la imagen corporativa de la cadena en exclusiva. El modelo de vehículo propuesto es Ford Kuga 2.5 Duratec PHEV CVT Automático FWD. Además, tendrán dos vehículos no rotulados para uso común de cualquier responsable. Según se indica los gastos estimados en este concepto están contemplados como gastos de operación en el plan de negocio y la amortización prevista es de cinco años. Acudiendo al Plan de negocio, se observa que tanto los Gastos de operación como las Amortizaciones, figuran en partidas únicas, sin que se desglosen los conceptos que las componen, lo que no permite la comprobación de lo expuesto.

## C. Sistemas interactivos y accesibilidad

### C1. Plataforma HbbTV, portal web

En su propuesta, el licitador indica que la plataforma HbbTV y el portal web se alojarán en la infraestructura Cloud de Acens (Telefónica). Ambos servicios contarán con un gestor propietario albergado en el Cloud de Acens. Esta solución HbbTV contempla la compatibilidad con la especificación TDT Híbrida 2.0 que incluye HbbTV 2.02, un DRM, así como las peculiaridades exigidas para el mercado español en el Foro de la TV digital.

Para la gestión multimedia, gestión de video bajo demanda y streaming en directo se utilizará una solución de Flumotion, partner de Telefónica.





## C2. Sistemas de accesibilidad

La plataforma propuesta para subtítulo será del fabricante FAB. Para el subtítulo en directo se usará FAB Subtiter Live. En la propuesta se describe que la subtitulación en vivo será realizada por una o más personas. Indica los sistemas de noticias compatibles con la plataforma, entre los que no aparece el propuesto por el licitador (Cinegy News). Para el subtítulo en diferido se usará FAB BCAST/XCD.

Los subtítulos en la emisión TDT se insertarán simultáneamente a través de teletexto y DVB. Para la audiodescripción se contratará a una empresa especializada en este tipo de actividad, Tragora traducciones.

Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta muestra información genérica sobre los sistemas y soluciones a implementar, sin detallar su funcionalidad en el área concreta a la que pertenecen. En esta línea, también se puede citar la escasa información aportada en la descripción de las plataformas web y HbbTV. Además, la información expuesta resulta incompleta en algunos casos, como en la descripción del almacenamiento en la gestión de contenidos y en el archivo y documentación, también resulta incompleta en la descripción de determinados equipos como los de grafismo y postproducción, donde no se indica el número de unidades. Por otro lado, la descripción del receptor Thor H-HD-IRD en el control central, resulta ininteligible en algunas frases, tal y como se expuso con anterioridad.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se concluye que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,75 puntos**.

### e) Propuesta relativa a la empresa TCERO

*[Instalaciones y equipamiento técnico audiovisual]*

A continuación se analizan las especificaciones técnicas de centros de producción, sistemas y equipos, propuestos por el licitador para la ejecución del contrato, siguiendo la estructura del Anexo 4 del PPT.

#### A. Inmuebles. Centros de producción

El centro de producción principal propuesto por el licitador está ubicado en Sangonera La Seca (Murcia), junto al Centro Integrado de Transportes de Murcia. Se trata de un inmueble de 9.402 m<sup>2</sup> de superficie, distribuidos en dos plantas, de 5.624 m<sup>2</sup> la planta baja y 3.778 m<sup>2</sup> la planta alta, con 14.000 m<sup>2</sup> de zona vallada. El edificio fue diseñado y construido para la producción





audiovisual en su totalidad y por tanto se trata de un inmueble que no forma parte de un edificio de viviendas. De la información proporcionada se extrae que el uso del edificio es compartido.

El edificio cuenta con un amplio espacio con plataformas en cubierta donde están instaladas torres de comunicaciones que soportan las antenas de enlaces y contribuciones.

El licitador describe los espacios que el centro de producción principal destinará en exclusiva al servicio de 7 TV, aportando un plano de planta general y planos específicos.

En concreto, los espacios que se proponen para su utilización en exclusiva por 7 TV son los siguientes:

- Un plató de informativos, ubicado en la planta baja del edificio, con más de 300 m<sup>2</sup> de superficie libre de obstáculos, formado por cuatro sets de producción televisiva (informativos, debates (150 m<sup>2</sup>), plató virtual para realidad aumentada (100 m<sup>2</sup>) y set de croma). La altura libre desde el suelo al techo es de 6,20 m. Además dispone de más de 200 m<sup>2</sup> anexos en el mismo plató para potenciales espacios que puedan surgir en informativos. Se encuentra totalmente aislado acústicamente. Cuenta con suelo técnico de 60x60 cm a una altura de 18 cm, para facilitar las posibles necesidades técnicas de instalación y mantenimiento. El plató descrito cumple las exigencias mínimas establecidas en el PPT.
- Realización y control de Informativos: sala de 53,68 m<sup>2</sup> de superficie con visión directa al plató de informativos.
- Redacción y edición de noticias: sala de 140 m<sup>2</sup> de superficie total, que incluye despacho de dirección de informativos, sala de reuniones, sala para productores, realizadores y redactores, cuatro cabinas de edición (6,62 m<sup>2</sup> cada una), sala de edición de grafismo avanzado (3 puestos, 17,84 m<sup>2</sup>) y cabina de locución acondicionada acústicamente e insonorizada (5,5 m<sup>2</sup>).
- Un plató de producción de programas de 548,77 m<sup>2</sup> de superficie y altura libre desde el suelo al techo de 12 metros, aislado acústicamente. El plató descrito cumple las exigencias mínimas establecidas en el PPT.
- Realización y control de plató de producción de programas: sala de 68,38 m<sup>2</sup> de superficie.
- Control central, ingesta y control de calidad: sala de 37,46 m<sup>2</sup> de superficie total. En este espacio se incluye un locutorio de 5,18 m<sup>2</sup> de superficie, aislado acústicamente.
- Archivo y documentación: sala de 42,74 m<sup>2</sup> de superficie para archivo y de 27,70 m<sup>2</sup> para documentación.
- Sala de racks y equipos: 102,25 m<sup>2</sup> de superficie. Esta sala alojará los equipos que permitirán la conexión y disponibilidad con la red de la empresa COTA y para otros sistemas que RTRM deba instalar en relación con la prestación del servicio objeto del contrato.
- Continuidad: sala de 34,99 m<sup>2</sup> de superficie.
- Departamento técnico y sala de ENG: sala de 95 m<sup>2</sup> de superficie útil.
- Despachos para personal directivo, comercial y administrativo. Cada despacho tiene una superficie aproximada de 19 m<sup>2</sup>. Según se expone existirá un despacho para que el Jefe/a de Control de Servicio Público (JDCSP) pueda desarrollar adecuadamente sus funciones, que no figura representado en la planimetría aportada.





- Vestuario, maquillaje, peluquería y sala de lactancia: camerinos grupales de 17,96 y 19,97 m<sup>2</sup> de superficie, 4 camerinos de 9,02 m<sup>2</sup>, camerino de 12 m<sup>2</sup>, sala de espera de 14,78 m<sup>2</sup>. Sala de maquillaje y peluquería de 21,68 m<sup>2</sup>. Además, contará con una sala de lactancia de 4,52 m<sup>2</sup>.
- Sala SAI: 67,42 m<sup>2</sup> de superficie. Cuenta con 2 equipos SAI con las siguientes características: POWERWARE modelo PWP 300, de 200 kW, que según se expone garantizan el suministro de todos los equipos electrónicos e informáticos instalados en el centro de producción.
- Sala de Grupo Electrónico: 60,91 m<sup>2</sup> de superficie. Cuenta con 2 grupos electrónicos diésel e insonorizados que garantizan el suministro para la potencia total que representan el conjunto de receptores existentes, con las siguientes características: AEM, modelo LSA 50.154 C 6 5/4 05/36, con una potencia de 1130 kVA (909 kW). El licitador indica que esta sala está acondicionada acústicamente y se halla separada suficientemente de los plató, salas de control y de operadores, por lo que en ningún caso recibirán el sonido provocado.

En la propuesta se exponen las siguientes dotaciones y servicios del centro de producción principal: instalaciones contra incendios, climatización, instalación eléctrica, zona de antenas de telecomunicación, seguridad y vigilancia, zona de comedor y cafetería, zona de parking privado y zona disponible para ludoteca.

En la primera planta del edificio hay una sala multiusos, de 300 m<sup>2</sup> de superficie, equipada con sistemas informáticos, instalaciones y mobiliario, que no se definen. Asimismo, se indica que se destinará el espacio necesario para el equipo de producción de programas y/o redacción, quedando igualmente sin definir.

En la azotea hay una plataforma con barandilla accesible desde el interior, donde están ubicados los soportes para antenas parabólicas. Esta plataforma tiene una superficie de 58,08 m<sup>2</sup> y según se expone puede albergar seis antenas parabólicas de diferentes diámetros.

El centro de producción del licitador cuenta con un sistema de vigilancia ininterrumpida, control de accesos y rondas internas, además, de la atención continuada de los sistemas de seguridad y alarmas.

El licitador propone para la producción de programas un espacio denominado Centro Externo 1, ubicado en el edificio de Televisión Murciana, C/ San Vicente de Paul, 6, 30100, Espinardo, Murcia, del que se incluye plano de planta. Este centro cuenta con un plato de 246 m<sup>2</sup> de superficie, dos cabinas de realización, salas de racks, dos cabinas de edición, dos cabinas de locución y una cabina de grafismo.

Respecto al Centro Externo 1, el licitador expone en su propuesta que Televisión Murciana asignará de forma regular el espacio requerido para la producción de programas y contenidos para 7TV, siempre en función de las necesidades de producción y dando respuesta a los requerimientos del licitador. En este sentido se debe indicar, que en la propuesta no figura ningún compromiso donde se ponga de manifiesto el alcance de la prestación de servicios entre las partes. A las circunstancias expuestas, hay que añadir, que en la página 276 de la oferta de la empresa Now Audiovisual, S.L., se expone textualmente lo siguiente *“Para el proyecto de 7 TV*





se pondrá a disposición en exclusividad el inmueble donde NOW tiene instalado su centro de producción y gestión ubicado en la Calle San Vicente de Paul nº 6, 30100 Espinardo, Murcia”, que es coincidente con el inmueble donde está ubicado el Centro Externo 1 propuesto por el licitador, ofertando el citado espacio como plató de programas.

## B. Sistemas y equipos audiovisuales

### B.1. Estudios y controles de realización de informativos

La propuesta prevé contar con el siguiente equipamiento:

- Tres cadenas de cámara modelo Panasonic AK-UC4000GSJ, con unidad de control AK-UCU600ESJ (4K y doble salida 12G-SDI sin comprimir) y panel de control HRP1005. Según se indica en el estudio de programas se dispone de este mismo modelo de cámara, por lo que se garantiza la producción informativa con un sistema de seguridad y redundancia.

En este punto de la propuesta, el licitador hace referencia a los modelos de cámara Panasonic AK-UC4000GSJ, AK-UC4000ESJ y AK-UC4000CSJ. Teniendo en cuenta que para los dos últimos modelos citados no se ha podido obtener información, se entiende que se trata de un error y que las cadenas de cámara propuestas serán Panasonic AK-UC4000GSJ.

- Lentes Fujinon de Fujifilm para las tres cámaras anteriores y una lente modelo UA18X7.6 para la cámara instalada en la cabeza caliente de la grúa.
- Una grúa Egripment modelo Scanner.
- Cinco pedestales VINTEM Osprey Elite Plus, con cabeza robótica RADAMEC para el control remoto de las cámaras de estudio que permite los movimientos Pan, Tilt, zoom y foco, todo ello robotizado.
- Dos cámaras PTZ Panasonic AW-UE150 UHD. Un panel remoto AW-RP150GJ.
- Una cámara JVC GY-HC550E UHD con protocolo de transmisión SRT (Secure Reliable Transport) que permite enviar directamente vía Ethernet la señal de video en alta calidad con una mínima latencia.
- Dos Teleprompter 17” Autoscript.
- Un mezclador ROSS Ultra Carbonite 12G con panel Carbonite Black 2S CB2S y fuente redundante PSU-12V16A-6PIN. Panel de control remoto RCP-QE18, como preselector de emergencia.
- Para el monitorado técnico del control de cámaras se emplearán, tres monitores profesionales enracables de doble panel IPS LCD de 9 pulgadas FullHD (modelo SWIT M-1093H), un monitor de campo de tres monitores de 5” (RGB-LINK RMS 5533), un monitor para el control de cámaras SmartView 4K y un monitor Blackmagic SmartView 4K para control de cámaras. Software 4KScope para el análisis de las señales que se reciben en el puesto de control de cámaras (CCU).
- Para el monitorado de realización se usarán 7 monitores Traulux VHM-65A150 65”, cuatro monitores LG 24MP59G-P 23,8” y cuatro monitores LG 22MK430H-B 21,5”.
- Se emplearan dos servidores VS400 para playout.
- Una matriz de conmutación ADDER DDX30 para gestión remota de equipos informáticos.





- Diverso equipamiento de iluminación y equipamiento de audio, incluyendo una mesa de audio Yamaha CL5.
- Una pantalla de LED Unilumin de 27,5 m<sup>2</sup> con forma de “L” (7+3) m por 2,5 metros de alto. El control se realiza mediante un gestor profesional denominado VIOSO. El hardware utilizado para la configuración de la pantalla será MCTRL4k de NOVASTAR.

## B.2. Redacción y edición de noticias

La propuesta del licitador se basa en el sistema KOSMOS Everywhere Production Cluster 4K de la mercantil Estructure, que permite la producción integral en múltiples calidades, incluyendo la alta definición 4K, de principio a fin.

En la oferta se realiza una descripción de los distintos componentes del sistema KOSMOS:

- NEWSROOM (edición de texto, gestión de escaleta, etcétera).
- Xyrus (ingesta, preparación de piezas o noticias).
- Puesto de redacción (gestión de escaletas, publicación en RRSS-Web-HbbTV, etcétera).
- Se describen los servidores hardware y el software incluidos en KOSMOS:
  - 2 sistemas LUXOR KOSMOS MDC SAN.
  - 3 sistemas LUXOR SQL NEWS.
  - 2 sistemas de balanceo de carga en clúster.
  - Easyflow Orchestator (Sistema News).

Está previsto el acceso de 45 usuarios de redacción de noticias y producción de programas, de forma concurrente.

Dentro del sistema de producción de noticias de Estructure se emplea Neuron que es el sistema de Brainstorm diseñado para la integración con entornos de redacción de noticias.

## B.3. Producción

El licitador expone que su departamento I+D ha desarrollado la solución TANNIS, de la que describe sus funcionalidades, integrada en la suite de producción de Estructure, para la búsqueda automatizada de teletipos y agencias digitales. Esta solución automatizada se integra junto con un ERP, proporcionando a la redacción una visibilidad total sobre los eventos, las etiquetas encontradas y la fuente de datos de la que se obtiene. La información es trasladada a la base de datos de Estructure, creando una base inicial de la Escaleta previa Maestra de Asignaciones (EMA).

## B.4. Estudios y controles de realización de programas

El equipamiento propuesto en los estudios y controles de realización de programas del centro de producción principal será de las mismas características que el del estudio de informativos, incluyendo:

- 4 cadenas de cámara Panasonic AK-UC4000GSJ, 4 CCU y 4 paneles de control remoto.





- 2 cámaras PTZ Panasonic AW-UE150, un panel de control remoto AW-RP150GJ.
- Una grúa Scanner de Egriment, ópticas, 3 pedestales Elite Osprey.
- Un mezclador ROSS Ultra Carbonite 12G, un panel de control de realización Carbonite Black 2S CB2S, 6 paneles auxiliares RCP-ME, un preselector de emergencia panel de control remoto RCP-QE18.
- Para el monitorado: 3 monitores SWIT M-1093H, un monitor de campo RGB- LINK RMS 5533, un monitor Blackmagic SmartView 4K, un sistema 4KScope, 6 monitores Traulux VHM- 65A150, 4 monitores LG 24MP59G-P 23,8 pulgadas y 4 monitores LG 22MK430H-B.
- 2 Servidores VS400 Payout.
- Un Teleprompter 17" Autoscript.
- Una matriz de conmutación KVM ADDER DDX30.
- Un monitor SWIT M-1093H (zona de audio), una mesa de mezcla digital Yamaha CL5, interfaz MADI, una mesa iluminación HYDRA SKY, 3 monitores LG 22MK430H-B 21.5", dos monitores SWIT S-1093H y diverso equipamiento de audio y de iluminación.

En la oferta también se expone el equipamiento de imagen, iluminación, monitorización, sonido, producción y realización del Centro Externo 1. En concreto, la propuesta de cámaras incluye: 8 Canon XF205, 4 JVC HME620, 3 robóticas Panasonic AWHE130 y 5 Panasonic AJPX270, todas ellas Full HD.

#### B.5. Redacción y edición de programas

En la propuesta se pone de manifiesto que habrá 30 puestos de redacción con equipo Lenovo P330 i7, 16 GB RAM, NVIDIA GT 730 3GB DDR5 y el siguiente software:

- 20 licencias para puestos de redacción Bundle Estructure News.
- 3 licencias para puestos de documentación.
- 2 licencias para los puestos de voz en off.
- 2 licencias para la unidad móvil.
- 3 editores de video para documentalistas.
- 30 licencias KOSMOS Everywhere (incluye MAM) para periodistas.
- 3 licencias LUXOR Everywhere para documentalistas.
- 5 licencias de LUXOR UP para la ingesta.
- 10 licencias de LUXOR WF para la ingesta de ficheros de agencia.

Asimismo, se detalla el equipamiento de redacción y edición del Centro Externo 1.

#### B.6. Sistema de gestión de contenidos

El sistema de gestión de contenidos propuesto es Estructure Everywhere. Este sistema de gestión automatizado de noticias es una plataforma que integra edición de video/audio, texto, locución y metadatos de información de los propios ficheros de creación. Para ello se cuenta con el sistema integral LUXOR Everywhere Cluster, de Estructure, un sistema altamente sofisticado de alto rendimiento en 4K y en continua evolución.





En la oferta se incluyen diferentes ejemplos, tanto a nivel nacional como internacional, donde está presente la plataforma de Gestión de Contenidos Estructure Everywhere. Entre otros, se nombra: Agencia EFE, Globovisión, Televisión de Ciudad Real, Cablenoticias–24 horas noticias Colombia, VTV Nacional, Canal 2000, El ToroTV, Mijas Comunicaciones Radio y Prensa, Real Madrid Televisión, etcétera.

La propuesta muestra un diagrama de flujo de la solución completa, que incluye:

- Sistema LUXOR en clúster físico con 3 servidores Xeon 8c/16s de 2,1Ghz, 64GB RAM DDR4, 200GB SSD RAID 1.
- 35 licencias flotantes simultáneas, pudiéndose utilizar desde el centro o desde cualquier delegación si tiene los permisos necesarios.
- Almacenamiento All-flash NEWS en SAN con 192 TB RAW en RAID 6, con velocidades de 16Gbits SCSI que permite trabajar en 4K. Para el intercambio de datos, dentro de la red SAN cuenta con 2 switches BROCADE fiber channel 16Gbits SCSI Full dúplex de 24 puertos redundado. Para la administración de la SAN cuenta con doble servidor de gestión.
- Sistema Estructure All-Flash Storage que integra un dispositivo rack de 2U y 25 bahías ALLFLASH de fibra óptica, con doble controladora de fibra y cuatro conexiones de 16 GB, con conectividad SFP.
- Sistema backup del almacenamiento de alta disponibilidad Estructure SAN3000. Incluye 25 discos duros SSD de 7,68 TB, obteniendo una capacidad de 192 TB brutos, con un RAID 6 de 150 TB que permite almacenar cerca de 4.350 horas de video HD.

## B7. Ingesta

En la oferta se propone la utilización del sistema Estructure para la ingesta. Se incluyen 3 vídeo servidores VS400 4K de altas prestaciones con capacidad para realizar la ingesta de hasta 12 canales simultáneos HD, o 6 canales UHD. El sistema también permite llevar a cabo la ingesta desde magnetoscopios, dispositivos reproductores o incluso a través de RS422. La propuesta incluye un listado de magnetoscopios y detalla en una tabla los codecs con los formatos aceptados. Así mismo, se informe que la ingesta en el sistema puede también realizarse a través de la herramienta Xyrus.

El sistema Estructure propuesto incorpora herramientas desatendidas para la ingesta de imágenes que permiten el alta de materiales desde ubicaciones en disco. Se prevé utilizar 5 licencias LuxorUP, en escenarios en los que existe una precatalogación de materiales y 10 licencias LuxorWF, desde carpetas calientes (en escenarios en los que se reciben aportaciones desde FTP) e ingesta de ficheros de agencia.

Para el monitoreo de ingesta se dispondrá de 2 monitores profesionales Traulux VHM-65A150 65”.

Asimismo, se proponen 2 receptores de satélite Harmonic con 4 salidas UHD y con capacidad de recibir 4 streams diferentes y de diferentes satélites y 16 decodificadores de Teradek en formato *rack* 19” en HD para la recepción de directos procedentes de ENG.





## B.8. Archivo y documentación

El licitador utilizará LUXOR Everywhere que incorpora el módulo EasyFlow que permite la incorporación de subsistemas automáticos de transcodificación y conversión. En la oferta se incluye una tabla de códecs con los formatos aceptados. Esta solución incluye también la herramienta LuxorArchive, una solución de archivo a largo plazo para garantizar la disponibilidad y permanencia de los activos digitales de la compañía.

El almacenamiento de archivo se dividirá en dos categorías:

- NEARLINE. Almacenamiento previo al offline, para garantizar una rápida recuperación de la información, que consta de 45 Bahías, con conectividad 10 GB Ethernet con 20 discos de 6 TB. En total se dispondrá de 120 TB de capacidad de almacenamiento bruta.
- OFFLINE. Almacenaje profundo que no precisa una recuperación inmediata. Emplea una robótica de almacenamiento de cinta LTO (Linear Tape-Open), formada por una librería de 2 drives LTO-8 en 25 slots activos ampliable a 50 slots (licencia en el mismo módulo) y 400 slots mediante 7 expansiones de 3U. Hasta 3 lectores LTO-8 mismo módulo y 24 en módulos de expansión adicionales. Consta de una fuente de alimentación redundante.

En el sistema Luxor Everywhere, para la gestión del archivo, se dispondrá de:

- 3 licencias Vegas PRO.
- 45 licencias simultáneas de KOSMOS Everywhere (incluye MAM) para periodistas y clientes de consulta a archivo.
- 3 licencias simultáneas de LUXOR Everywhere para documentalistas.

## B.9. Grafismo y postproducción

El licitador prevé utilizar tres estaciones de trabajo para postproducción, edición y composición (licencia completa Adobe Creative Cloud), una estación de trabajo dedicada al grafismo 3D avanzado (licencia Aston Designer) y una estación de trabajo diseño de gráficos, escenarios virtuales y realidad aumentada (licencia de Infinity Set Edit). En la propuesta se incluye una descripción de Adobe Creative Cloud y Aston.

El hardware previsto está compuesto por dos workstation HP Z4 (Intel Xeon W 2145, 32 GB DDR4, RAM NVIDIA 16GB RTX 5000) y tres HP Z4 (Intel Xeon W 2135, 32 GB DDR4, NVIDIA Quadro 8GB RTX 4000).

Además, se describe el sistema VIOSO de gestión de display para la composición de las capas gráficas, que se configuran para mostrar los contenidos de fondo en las pantallas LED instaladas en los sets de informativos y debate.

## B.10. Set escenografía virtual





El licitador propone un escenario virtual acompañado de efectos de realidad aumentada, mediante solución de la empresa Brainstorm 3D. Esta empresa tiene clientes consolidados como TVE, Antena3, CNBC, ESPN. El set de informativos de realidad aumentada tendrá cámaras PTZ UHD/4K Panasonic AW-UE150 integradas con Brainstorm.

En la propuesta, se describe ampliamente InfinitySet, herramienta de Brainstorm de realidad aumentada. Se trata de una solución completa que permite crear estudios virtuales y gráficos 3D en tiempo real.

#### B.11. Control central, recepción satélite y red de enlaces

En el control central, el licitador propone la utilización de dos generadores de sincronismo ROSS SRG-4500 y de la matriz de conmutación ROSS ULTRIX-FR5. Esta matriz es capaz de realizar un enrutamiento de 144 señales de entrada y 144 de salida, con calidades hasta UHD/12G. Además, lleva integrada en la configuración prevista la electrónica Multiviewer, para el visionado en las salas de control de realización, ingesta y continuidad. La propuesta realiza una descripción de sus funciones e indica que de las 27 posibles salidas Multiviewer, usará 8 (2+1 en sala de control central/ingesta, 1 en continuidad, 2 en estudio de informativos y 2 en estudio de programas).

El sistema contará con cofres Opengear 3.0 con doble fuente redundante y tarjetería de Ross Video, para almacenar toda la electrónica para distribuir, sincronizar, convertir, embeber y desembeber audio/video, señales de sincronismo, datos y control.

Para el monitoreado, se propone la aplicación de medida 4KScope para el análisis de las señales enviadas desde la matriz.

Para la recepción satélite está previsto utilizar 4 antenas de 1,80 m (3 fijas Hispasat, Astra y Eutelsat y una antena motorizada para cualquier otro satélite necesario), un analizador de espectro TEKTRONIX MS2711B para monitoreado de la señal RF y un Encoder/Decoder HARMONIC RD9000, de los que se describen sus características.

La propuesta contempla una doble interconexión redundante fibra-radio entre el centro de producción de programas principal y la sede de la empresa COTA, lugar donde se encuentran alojadas tanto la cabecera del MAUT, como el nodo FORTA, cuyo equipamiento se indica.

Para la codificación y envío de señales por 4G LTE de los equipos ENG está prevista la utilización del Sistema Teradek BOND. El sistema contará con router integrado en la mochila de transporte, configurado para acceder a la red del licitador aprovechando la infraestructura de fibra de la empresa CABLEMURCIA.

Para codificar/decodificar todos los servicios de contribución se utilizará la plataforma de codificación AVP 2000 de Mediakind.





En las zonas donde no haya cobertura de fibra o 4G/5G se utilizará Wimax de la operadora Airemurcia y para cubrir zonas oscuras, se implementará un sistema COFDM HD que se describe en la propuesta.

También se prevé el uso de INFLEXION de Estructure, sistema mediante el cual, cualquier página web de cualquier organización puede convertirse en un servidor de ficheros broadcast.

#### B.12. Sistemas ENG

El licitador prevé contar con 6 cámaras JVC GY-HC550E. Este modelo de cámara puede enviar señal por IP, vía SRT o Mpeg-TS y puede tener un retorno tanto de video como de órdenes por IFB en RTSP. En la propuesta se describe el resto de equipamiento de las ENG. Además, cada ENG contará con mochila Teradek (Bond 757-Cube 755 + Bond + MPEG-TS Package) y 4 dongle LTE 4G/5G. Estos equipos Teradek permiten la codificación de video hasta 1080p. Se utilizará el mismo modelo de cámara para las delegaciones/corresponsalías ubicadas en la Región de Murcia.

#### B.13. Continuidad

El licitador propone como servidor de continuidad, el sistema de emisión redundante en alta disponibilidad VS400HA 4K y realiza la descripción de dicho sistema.

En la oferta se incluye una descripción de los siguientes equipos utilizados en continuidad: matriz ULTRIX 16X16 de ROSS y mezclador MC1-UHD 12G-SDI Master Control and Branding.

#### B.14. Gestión del tráfico y emisión

El sistema Estructure VS-400 propuesto incluye un conjunto de módulos y aplicaciones independientes, complementarios al sistema de continuidad automatizada propiamente dicho, diseñados para ejecutar las diferentes tareas del sistema Master Control Room. En la propuesta se detallan las funcionalidades de los módulos más relevantes para la parte de gestión del tráfico y emisión.

#### B.15. Publicidad

El sistema que propuesto es Estructure KosmosAD, que permite la gestión de los contenidos publicitarios de la cadena de forma específica, e incorpora las herramientas para su planificación y tratamiento, permitiendo el control de los contenidos publicitarios de diferente tipología, así como su información relacionada y la previsión de los costes asociados. La propuesta expone las principales funcionalidades del sistema.

#### B.16. Otros sistemas informáticos y licencias de comunicación audiovisual

Según se expone en la propuesta se utilizarán 30 equipos informáticos Lenovo i3 8145U, 2,1 GHz, 8 GB RAM, SSD 256 GB, para los departamentos de explotación, administrativo,





comercial y directivo, además de 2 servidores, Dell EMC PowerEdge R440 de 1U 1 x Xeon Silver 4110, 2,1GHz, RAM 16 GB, SAS, hot-swap 2,5", 3 x SSD 240 GB, G200eR2, 2 x 10Gbs.

El intercambio de archivos audiovisuales entre el licitador y el Archivo Histórico Audiovisual de RTRM se realizará mediante FTP. El servidor FTP se instalará en el servidor LUXOR Everywhere.

La oferta incluye una descripción de la red corporativa, los servidores de correo e impresión, firewall y antivirus.

#### B.17. Sistemas eléctricos. Sistema de alimentación ininterrumpida SAI y grupo electrógeno

En relación con la instalación eléctrica de baja tensión, al tratarse de un edificio de uso compartido, no toda la instalación eléctrica del inmueble se pone a disposición de la ejecución del contrato, por lo tanto, hubiera sido conveniente independizar las instalaciones eléctricas asociadas a ambos usos, para evitar interacciones que puedan perturbar el normal funcionamiento de las instalaciones eléctricas afectas a la ejecución del contrato.

En relación con el sistema de alimentación ininterrumpida, según se expone, se dispone de dos SAI marca EATON, modelo POWERWARE 9315, de 250 kVA. Por otro lado, se dispone de un grupo electrógeno de 908,7 kVA de potencia en continua y 1.005,3 kVA de potencia en emergencia, equipado con motor MTU, alternador MECC ALTE, 1.500 rpm, trifásico, diésel e insonorizado.

El generador eléctrico expuesto en este apartado, no se corresponde con los que fueron descritos en el apartado relativo al centro de producción principal. En concreto, en la página 28 de la propuesta, se indica que se dispone de dos grupos electrógenos diésel e insonorizados, marca AEM, modelo LSA 50.154 C 6 5/4 05/36, con una potencia de 1130 KVA (909 kW), conectados al embarrado del C.G.B.T. (Cuadro General de Baja Tensión), a través de equipos de conmutación automática y en la página 190 de la propuesta, se indica que se dispone de un grupo electrógeno de 908,7 kVA de potencia en continua y 1.005,3 kVA de potencia en emergencia, que según la fotografía aportada estaría fabricado por Pramac, conectado al embarrado del C.G.B.T., a través de equipos de conmutación automática.

#### B.18. Unidades móviles, unidades DSNG y parque móvil

En relación con la unidad móvil principal, la propuesta indica que gracias a la participación de Mediapro como partner estratégico del proyecto del licitador para impulsar la industria audiovisual de la Región de Murcia, se cuenta con una unidad móvil de 8 cadenas de cámara 4K de Panasonic, modelos AK/UC 3000 y 4000 con ópticas de 4K, disponible para dar respuesta de nivel a cualquier necesidad respecto a grandes retransmisiones del servicio de 7 TV. Esta unidad móvil mide 14 metros de largo y tiene una anchura máxima de 2,55 m. En la propuesta no se incluye ningún acuerdo de prestación de servicios con la empresa Mediapro, ni se especifican las condiciones de uso de la unidad móvil, lo que resta concreción con relación a otras ofertas.





La propuesta plantea como segunda opción, otra unidad móvil, denominada OB-67 UHD, de hasta 16 cámaras en UHD (sin que se concrete el número de cámaras ni los modelos), con 4 servidores EVS 4k y 5 puestos de trabajo. Tiene las mismas dimensiones que la unidad móvil principal. Al igual que sucedía con la unidad móvil principal, tampoco se incluye ningún acuerdo de prestación de servicios ni se especifican las condiciones de uso.

Ambas unidades móviles cuentan con SAI y sistema de acondicionamiento de aire y la primera de ellas cumple las condiciones mínimas exigidas en el PPT.

La oferta también incluye dos unidades DSNG, con el mismo equipamiento de transmisión, que incluyen la antena de satélite SWEDISH DA150K (antena offset elíptica gregoriana de 1,5 m). La propuesta describe el equipamiento de la DSNG 1 entre el que destacan 4 cámaras Blackmagic URSA Broadcast 4K.

La propuesta incluye también un vehículo para el transporte de la señal por COFDM y 2 unidades Fly Away de banda KA para las retransmisiones desde dispositivos IP.

En relación con el parque móvil, se indica textualmente que *“para el desplazamiento del personal y los equipos ENGs dispondremos de una flota de automóviles visiblemente identificados”*. Es decir, no se indica ni el número de vehículos ni datos para su identificación, lo que le resta concreción en relación con otras ofertas.

Para finalizar y fuera del alcance del presente apartado, la propuesta incluye un listado de equipos auxiliares que pone a disposición del proyecto.

## C. Sistemas interactivos y accesibilidad

### C1. Plataforma HbbTV, portal web

La solución propuesta para el portal web y la plataforma HbbTV, está basada en la plataforma Estructure TVSITE, en conjunción con los sistemas de redacción integral de noticias Estructure KOSMOS Everywhere y de gestión de contenidos Estructure LUXOR Everywhere, plataforma para la gestión y difusión web de contenidos audiovisuales y multimedia. TVSITE es compatible con redes y plataformas sociales.

El licitador propone un sistema de emisión en streaming redundante en alta disponibilidad VS400HA 4K, con un servidor para continuidad con canal de salida para emisión 4K/HD/SD y canal IP con la misma escaleta de emisión, pero restringiendo la reproducción de los contenidos sin derechos de emisión por esta vía. Se configurarán diferentes calidades para web, app de móviles y HbbTV.

Para dispositivos móviles, tanto iOS como Android, se dispondrá de app desarrolladas con tecnología Web Components y LitElement.

Los servicios de gestión de transcodificación, alojamiento y transmisión de datos estarán basados en Hetzner Cloud.





Para el funcionamiento de estos sistemas, el licitador propone el siguiente equipamiento: Intel Xeon Gold 32v CPU, 128GB RAM, 600 GB SSD de almacenamiento para servidor web y software, 10TB SSD de almacenamiento para contenido VOB y grabación en DVR de los últimos 7 días para HBBTV, 40TB de tráfico de datos y 1Gbps de datos redundada, software TVSite y servidor de video Wowza Media Systems.

El licitador describe con detalle la solución que se empleará para las plataformas web y HbbTV.

## C2. Sistemas de accesibilidad

El licitador indica que el sistema de accesibilidad contará con herramientas de subtítulos en directo y subtítulos en diferido. Para completar el sistema se añaden herramientas para audiodescripción, lengua de signos y subtítulos automática.

En relación con la audiodescripción, indica que cumplirá la Norma UNE 153020:2005.

En la propuesta se incluyen cuatro sistemas de subtítulos en directo y dos sistemas para diferido, además del equipo de subtítulos automática (ASR) de Estructure, con tres modos de subtítulos:

- Subtítulos en directo con técnica de reemplazo. Esta técnica requiere un PC con el software Fingertext de Anglatènic y su software de reconocimiento instalados, operado por personal dedicado y cualificado. La subtítulos en directo cumplirá con la norma UNE 153010:2012.
- Subtítulos en diferido, se usará en programas o contenidos grabados, se empleará un fichero generado en formato EBU STL y XML, que se procesará en los módulos de inserción.
- Subtítulos automática, asistida o desasistida

Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta con carácter general realiza una descripción muy detallada del equipamiento, sistemas y soluciones para las diferentes áreas, indicando tanto sus características como sus funcionalidades aplicadas a este proyecto, sin destacar ninguna especial innovación en la materia. Además, se debe destacar que todo el centro de producción principal cuenta con equipamiento/software que posibilita el trabajo en UHD nativa salvo las contribuciones procedentes de las ENG a través de 4G/5G, lo cual es una mejora tecnológica reseñable.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se concluye que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%, al ofrecer mejoras tecnológicas valorables**, por lo que se le otorga **una puntuación de 2,25 puntos**.





#### 6.4.2. Nuevos medios de acceso (hasta 1 punto)

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones:

*“Se valorarán las propuestas innovadoras para la puesta a disposición de los ciudadanos de los contenidos de 7 TV Región de Murcia, a través de medios diferentes a la TDT (portal web, aplicaciones móviles, HbbTV, etc.), de acuerdo con el apartado A del Anexo 2 del PPT. También se deberá presentar un plan de presencia en las principales redes sociales.”*

##### a) Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET

*[Nuevos medios de acceso]*

A continuación se analizan las propuestas que el licitador expone para la puesta a disposición de los ciudadanos de los contenidos de 7 TV Región de Murcia, a través de medios diferentes a la TDT.

- Portal web. A través de la página web se podrá acceder al canal en directo, timeshifting, grabación, vídeo a la carta, emisión a chromecast, subtítulos, multiaudio, etc. Incluirá una sección de contenidos a la carta estructurada por temas y sistema de búsqueda por palabras claves. Asimismo, incluirá secciones de noticias relevantes, información meteorológica, del tráfico, cartelera de cines de la región, imágenes de webcams, enlaces de interés, tweets relevantes y RSS deslizante con noticias de última hora. El formato será adaptativo para visualización en ordenador y en dispositivos móviles con sistemas operativos Android e iOS. La propuesta no expone el estilo gráfico del portal, a diferencia de lo que sucede en otras ofertas, lo que le resta concreción.
- Aplicaciones para dispositivos móviles. Tanto el stream en directo como los vídeos a la carta estarán disponibles para su reproducción en aplicaciones móviles, para los sistemas operativos Android e iOS, que incorporarán player y se nutrirán de los contenidos del portal web.
- HbbTV. El licitador contará con un portal HbbTV con contenidos similares a los recogidos en el portal web, además de contenidos interactivos y posibles servicios de interés público que se pudieran proponer por la CARM. A través del sistema HbbTV se habilitará un menú de canales en streaming en directo para que puedan ser usados por ayuntamientos, grandes empresas, organismos oficiales, asociaciones, corporaciones, etc., con el cobro mensual de la correspondiente cuota por la utilización del servicio. También plantea el licitador, mediante el cobro de una cuota mensual, el empleo de HbbTV para generar unos menús específicos para los huéspedes de los hoteles de la Región de Murcia. El sistema propuesto para la plataforma HbbTV, incluye mecanismos de gestión de publicidad interactiva y de medición de audiencias en tiempo real que proporcionarán herramientas para facilitar la participación de los ciudadanos y crear nuevos contenidos más afines a sus preferencias, además de potenciar la efectividad de los mensajes publicitarios.





- Redes sociales. El licitador propone la gestión de cuentas en Twitter, Facebook, e Instagram, donde se reaprovecharán los contenidos del portal web y HbbTV. Además del contenido insertado manualmente se crearán bots para inserción automática de contenido. El contenido publicado en Twitter con determinados marcadores se reaprovechará para la inserción como banner deslizante en HbbTV.
- Youtube. Explotará el canal de 7TV, optimizando las visualizaciones mediante utilización de palabras claves relevantes y automatización de la inserción de los vídeos de Youtube del canal en la página web. Utilizará las herramientas de analítica de Youtube y redes sociales para su optimización.

Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta realiza una escasa definición de los medios para la difusión de contenidos del canal alternativos a la tradicional TDT y propuesta de redes sociales, sin que consten elementos innovadores ya que la utilización de la plataforma HbbTV propuesta para ofertar la difusión de contenidos propios a otros organismos o entidades, no reporta una especial mejora de la difusión del canal 7 TV.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se concluye que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,25 puntos**.

#### b) Propuesta relativa a la empresa CBM

*[Nuevos medios de acceso]*

A continuación se analizan las propuestas que el licitador expone para la puesta a disposición de los ciudadanos de los contenidos de 7 TV Región de Murcia, a través de medios diferentes a la TDT. Previamente, el licitador ofrece la posibilidad de colaborar con RTRM para la creación y puesta en marcha de una plataforma OTT, pero no la incluye en su oferta por considerar que es competencia de RTRM.

- Portal web. Además del portal genérico, se incluirán dos páginas específicas, La7 Noticias y La7 Deportes, que serán accesibles también desde dispositivos móviles. La propuesta muestra ampliamente el estilo gráfico, observándose una completa propuesta de contenidos, basada en un análisis SEO, que incluye tanto contenidos nativos como procedentes de la parrilla de televisión y una amplia descripción de estos. En cuanto a accesibilidad, la web seguirá la norma UNE de accesibilidad TIC y contendrá dos versiones de los programas audiodescritos, con y sin narración de audiodescripción, incorporándose el subtítulo de los programas tanto a la programación a la carta como al streaming en directo. Incorporará un servicio de envío de boletines informativos según las opciones de suscripción y personalización de usuario y una sección dirigida al sector audiovisual Innova Hub, para la dinamización del sector, a través del intercambio





de ideas y proyectos y el acceso a la información sobre las convocatorias relativas a nuevos formatos que se pretenden emitir en 7 TV.

Los programas se mantendrán en la web un mínimo de 12 meses desde su fecha de emisión, excepto las retransmisiones en directo no deportivas y los programas divulgativos, que se mantendrán durante la duración del contrato. Los informativos diarios estarán disponibles durante 12 meses desde su fecha de emisión, manteniéndose a partir de ahí solo el informativo de la tarde. Estos plazos mejoran lo establecido en pliegos.

- Aplicaciones para dispositivos móviles. El site para 7 TV será accesible desde dispositivos móviles y tablets, íntegramente y con todas sus características. Para ofrecer a los ciudadanos una oferta más completa y adaptada a estos dispositivos, proporcionando una experiencia de navegación óptima, la propuesta expone que se desarrollarán aplicaciones nativas, disponibles en las tiendas de aplicaciones de AppStore de Apple y Google Play. La oferta también plantea otra aplicación que tendrá dos opciones de registro, por un lado permitirá a los ciudadanos enviar videos, fotografías y audios para, tras su verificación, poder ser utilizados en la elaboración de noticias y por otro, los profesionales contarán con una funcionalidad para poder retransmitir en directo.
- HbbTV. Todos los contenidos emitidos en televisión estarán a disposición de los ciudadanos a través de esta plataforma, tanto en directo como a la carta.
- Redes sociales. Se emplearán perfiles en las siguientes redes sociales:
  - Facebook.
  - Twitter: Principal y deportes.
  - Instagram: Principal y deportes.
  - Instagram Stories.
  - LinkedIn.
  - Youtube: YouTube Main y YouTube Kids.
  - Telegram: Para comunicaciones con el sector.
  - Twitch: Para retransmisiones de eSports.

Desde esas páginas no solo se incluirán enlaces a la web (con contenidos extraídos de la programación televisiva), sino que se crearán también contenidos nativos. La propuesta detalla los tipos y contenidos que se publicarán en cada red.

- Podcasts. Para la distribución de contenidos de interés y relevancia, especialmente de las secciones de informativos y deportes. Se integrarán tanto en la web como en las aplicaciones móviles, además de estar disponibles en las principales plataformas de podcasts. Se tendrá un nuevo diseño para cada sección/servicio, en función de su público objetivo, teniendo en cuenta colectivos como mayores o personas con discapacidad visual, para hacer accesible el contenido y la información al mayor público posible.





Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta realiza una adecuada descripción de los contenidos que se ofrecerán tanto a través de la web como de las aplicaciones móviles y HbbTV, aumenta el plazo mínimo establecido en el PPT de mantenimiento de los contenidos en la web, destaca la accesibilidad de la web para personas con discapacidad y contiene una muy completa propuesta de utilización de redes sociales como nueva forma de difusión de contenidos y contacto con los usuarios, sin destacar ninguna especial innovación en la materia.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, al ofrecer mejoras tecnológicas y de gestión valorables, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,75 puntos**.

### c) Propuesta relativa a la empresa NOW

*[Nuevos medios de acceso]*

A continuación se analizan las propuestas que el licitador expone para la puesta a disposición de los ciudadanos de los contenidos de 7 TV Región de Murcia, a través de medios diferentes a la TDT. El licitador propone una plataforma tecnológica transmedia que proporcionará servicios de emisión, incluyendo programación lineal, gestión de contenidos sea cual sea la plataforma de entrega, hosting, operación de cabecera y adaptación automática de contenidos a los diferentes formatos de distribución.

- Portal web. La propuesta describe de forma esquemática los contenidos de la web, sin mostrar su estilo gráfico. Entre los contenidos propuestos figuran: áreas de e-comercio, servicios de valor añadido (ofertas y demandas de empleo), servicios de formación y cultura, social media y plataforma de micropagos, además de la difusión en directo o a la carta de los contenidos del canal y la información sobre su programación.
- También se incluirá un tablón de anuncios con noticias. El portal web será accesible desde dispositivos móviles.
- Aplicaciones para dispositivos móviles, Según se expone, será posible acceder a la emisión del canal a través de aplicaciones de la plataforma transmedia implementada, sin que se aporte información adicional.
- HbbTV. Además de la emisión de contenidos del canal, se destaca la inclusión de aplicaciones como el tiempo, noticias y EPG.
- Smart TV. Desde los smart TV se podrá acceder a la web del canal y recibir sus servicios.
- YouTube. El canal YouTube de 7 TV, alojará los contenidos creados en la plataforma.





Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la información aportada en la propuesta para el presente criterio de adjudicación es prácticamente inexistente, constando de una sucinta enumeración de los medios de difusión de los contenidos del canal al margen de la TDT, sin hacer referencia a la presencia en redes sociales. Únicamente se describen las áreas en que se dividirá la página web del canal.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 0%**, al no aportar información relevante sobre el criterio, por lo que se le otorga **una puntuación de 0 puntos**.

#### d) Propuesta relativa a la empresa PROMECAL

*[Nuevos medios de acceso]*

A continuación se analizan las propuestas que el licitador expone para la puesta a disposición de los ciudadanos de los contenidos de 7 TV Región de Murcia, a través de medios diferentes a la TDT.

- Portal web. Según se expresa en la propuesta convivirán dos sitios en paralelo, que dispondrán de tecnologías adaptativas:
  - 7tvregiondemurcia.es pondrá a disposición del usuario una televisión a la carta.
  - 7noticias.tv será un portal informativo donde se ofrecerá al usuario toda la actualidad de la Región de Murcia con una marcada presencia audiovisual.

En la web, de la que se muestra su estilo gráfico, se aunarán las emisiones en directo, los programas a la carta, los accesos a las distintas redes sociales, el servicio de atención al cliente SAC 2.0, la información actualizada de la Región de Murcia y la información corporativa. La propuesta indica que existirán cuatro emisiones en directo:

- Canal principal: contenidos de TDT con permisos de emisión *online*.
- Canal de servicios informativos.
- Canal de eventos.
- Canal de servicios especiales: dedicado a personas con discapacidad auditiva.

La web se regirá por las normas de accesibilidad WCAG 2.1 del W3C y estándar UNE de accesibilidad TIC.

- Aplicaciones para dispositivos móviles. Aplicación desarrollada para los sistemas operativos iOS y Android, que contará con los contenidos de cadena.
- HbbTV. Servicio interactivo con contenidos a la carta, timeshift, recomendaciones de contenido y menú contextual con opciones como guía de programación, contenidos de los últimos siete días y control parental.





- Redes sociales. Se detalla el empleo de las distintas redes sociales objeto de la oferta:
  - Whatsapp: servicio de difusión de noticias para abonados, con dos boletines diarios.
  - Facebook: difusión de noticias y programas, concursos y promoción de imagen de la cadena. Utilización de Facebook Watch y Stories.
  - Instagram: entradas diarias con promociones de programas y fotografías de rutina y off-camera, así como los momentos más vistos de la cadena.
  - Twitter: se difundirá todo el contenido del portal de noticias y se lanzarán las noticias de última hora.
  - Tiktok: para captar al público más joven, en base a programas de entretenimiento que se adapten al formato.
  - Youtube: se servirán aquellos programas dirigidos a un público objetivo joven con listas de reproducción específicas para cada uno de sus programas.

En las distintas redes se utilizarán hashtags propios para los programas, para así poder hacer su seguimiento.

- Servicio de Atención al Cliente. El servicio de atención al cliente que plantea la propuesta SAC 2.0 incluirá el seguimiento de redes sociales, con respuestas públicas o por mensaje directo DM, para ello se utilizarán Facebook Messenger y Whatsapp Business. Se realizará un análisis de todos los datos obtenidos para personalizar el trato y los contenidos.

Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta realiza una adecuada descripción de los medios alternativos a la difusión de contenidos del canal alternativos a la tradicional TDT y una completa propuesta de uso de redes sociales, sin destacar ninguna especial innovación en la materia. Puede destacarse el servicio SAC a través de estos medios y la importancia concedida en la web a la accesibilidad, con la inclusión de un canal especial con contenidos para personas con discapacidad auditiva.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, al ofrecer mejoras tecnológicas y de gestión valorables, por lo que se le otorga una puntuación de **0,75 puntos**.

#### e) Propuesta relativa a la empresa TCERO

*[Nuevos medios de acceso]*

A continuación se analizan las propuestas que el licitador expone para la puesta a disposición de los ciudadanos de los contenidos de 7 TV a través de medios diferentes a la TDT.

- Portal web. Se accederá a los canales de streaming, uno con el mismo contenido que el difundido a través de TDT con derechos de emisión apropiados y otro que se utilizará de





forma eventual para las retransmisiones complementarias de interés, además de contenidos a la carta, que se mantendrán el plazo mínimo fijado en los pliegos. El portal web incluirá también información de la programación, una sección de noticias e información de interés, como meteorología, tráfico, cartelera, etcétera. El portal será accesible desde cualquier dispositivo. El uso de la web será público, pero se podrán gestionar usuarios y suscriptores. La plataforma utilizada TVSITE incorpora herramientas de analítica de acceso y uso de contenidos.

- Aplicaciones para dispositivos móviles. La propuesta expone que se contará con una APP específica de 7 TV para dispositivos iOS y Android, con acceso a los mismos contenidos que desde la web, además de buscador personalizado de noticias y reproductor de contenidos musicales de la cadena. Podrán visualizarse contenidos en directo y bajo demanda en UHD.
- HbbTV. En el portal HbbTV se ofrecerán contenidos similares al portal web, incluyendo los contenidos a la carta.
- Redes sociales. Se verificarán las cuentas en las distintas redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook y TikTok), en las que se promocionarán los contenidos de 7 TV y se realizarán acciones especiales con presentadores o caras conocidas de la región, además de difundir campañas y noticias generadas en la web. Como novedad se realizarán transmisiones vía streaming LIVE de eventos destacados en Twitter y Facebook. Se generará interacción con FORTA y cuentas relacionadas y con cuentas de las localidades de la Región de Murcia. En relación con Whatsapp, se enviará información de interés al móvil de los suscriptores, sobre la temática previamente seleccionada. Además, se interactuará con espectadores desde los programas que se determine, a través de solicitudes puntuales de información.
- Youtube. Se verificará el canal oficial de 7 TV y se incluirá un tráiler en la Home. Se crearán contenidos promocionales específicos para este canal, además de incluir avances sobre los contenidos o la programación.

Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta realiza una correcta definición de los medios para la difusión de contenidos del canal alternativos a la tradicional TDT y una detallada propuesta de uso de redes sociales, pero no se aprecian mejoras tecnológicas o de gestión valorables, ni tiene elementos innovadores de valor respecto al resto de ofertas.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,5 puntos**.





#### **6.4.3. Contenidos con calidad ultra alta definición (UHD) (hasta 1 punto)**

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones:

*“Se valorará la producción de contenidos con calidad UHD, teniendo en cuenta el número de horas y tipos de contenidos propuestos, de acuerdo con las especificaciones dadas en el Anexo 1 del PPT y los medios previstos para la difusión de los mismos.”*

##### **a) Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET**

*[Contenidos con calidad ultra alta definición]*

El licitador indica textualmente que *“toda la producción propia del canal podrá hacerse con calidad UHD”*.

De acuerdo con la información extraída de la propuesta de programación presentada, el total de horas producidas con calidad 4K será de 157 horas semanales, de un total de 168 horas semanales de programación, que corresponderán a programas de producción propia y encargos de producción. De la misma información proporcionada sobre la programación propuesta se puede extraer que al menos las retransmisiones deportivas en directo o religiosas serán producciones Full HD.

Por otro lado, de la información de instalaciones y equipamiento de la oferta del licitador se desprende que el modelo de cámara de estudio propuesto dispone de sensor Full HD y tiene salida 4K tras realizar una conversión. El equipamiento de recepción de las señales externas procedentes de ENG a través de 4G/5G solo admite calidad HD. El resto de equipamiento en el centro de producción (mezclador, matriz, equipos de edición, etcétera) permite la producción de contenidos en UHD.

En la propuesta no figura ninguna referencia a los posibles medios de difusión de los contenidos producidos con calidad UHD, siendo la única propuesta que no lo hace, lo que le resta eficacia. Si consideramos UHD nativo solo aquel contenido que no ha sufrido ningún tipo de conversión a lo largo de todo el proceso, incluyendo la captación, edición, producción, transporte, etcétera, debido a las cámaras ofertadas por el licitador, su producción propia no sería UHD nativa. Sin embargo, tras la conversión en la misma cámara y dado que el resto de los medios técnicos ofertados pueden trabajar en UHD, se considera que la producción propia, además de los encargos de producción (excepto retransmisiones en directo) será producción UHD, con un total de 157 horas semanales, según expone la propuesta.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,25 puntos**.





## b) Propuesta relativa a la empresa CBM

*[Contenidos con calidad ultra alta definición]*

La propuesta del licitador contempla la producción en UHD de, al menos, 104 horas anuales, con más de 545 horas UHD a lo largo de la prestación del servicio. Se corresponderá con programación de tipo documental o docuserie, realizada por productoras independientes regionales a través de encargos de producción o en régimen de coproducción con el licitador. La producción en UHD propuesta se convertirá a HD para su emisión en TDT y en streaming a través de la página web.

Estos contenidos, se archivarán en su resolución original, además de estar disponibles para su posible venta o intercambio con otras televisiones o plataformas que puedan difundirlos en este formato. Además, estarán disponibles en la página web para su visionado a la carta en resolución UHD, así como en el canal de Youtube y en las redes sociales.

El licitador, propone una adecuada relación de contenidos específicos con calidad UHD, no obstante, la cantidad de horas de producción ofertadas es mucho menor en comparación con otras ofertas. En la propuesta se describen los medios para su difusión, sin ofrecer ningún medio innovador.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se concluye que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,25 puntos**.

## c) Propuesta relativa a la empresa NOW

*[Contenidos con calidad ultra alta definición]*

Según la información aportada por el licitador en el presente apartado, solo la captación en exteriores con equipos ENG se realizará con equipamiento que permite calidad UHD, para su posterior postproducción en ultra alta definición. Sin embargo, de la información sobre las instalaciones y el equipamiento que figura en la oferta del licitador, se desprende que las mochilas 4G para su recepción en el centro de producción únicamente soportan calidad HD.

Los equipos de postproducción de programas permiten trabajar en alta definición o ultra alta definición. Según la oferta del licitador, los flujos de trabajo serán en HD para la plataforma TDT, mientras que en las plataformas web, HbbTV, Smart TV y TV móvil, los flujos serán en UHD para la producción procedente de las ENG.

Se menciona la posibilidad de una futura captación y transporte de señales en ultra alta definición, una vez el canal de TDT pueda emitir en ultra alta definición, lo que supondría una renovación de todo el equipamiento actual, que no está contemplada en la oferta presentada y por tanto no puede ser valorada.





Solo la captación en exteriores con equipos ENG tendrá calidad UHD nativa, pero de la documentación aportada no se deduce que pueda ser tratada con dicha calidad tras su recepción en el centro de producción.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 0%**, al no aportar información relevante sobre el criterio, por lo que se le otorga una puntuación de **0 puntos**.

#### d) Propuesta relativa a la empresa PROMECAL

[Contenidos con calidad ultra alta definición]

El licitador indica textualmente que *“todos los medios técnicos ofertados van a trabajar en ultra alta definición (UHD)”*.

El análisis de la información sobre instalaciones y medios materiales y técnicos de la oferta del licitador muestra que el modelo de cámara de estudio propuesto dispone de sensor Full HD y tiene salida 4K tras realizar una conversión. El resto del equipamiento del centro de producción (mezclador, matriz, equipos de edición, etcétera) permite la producción de contenidos en UHD. Las imágenes procedentes de fuentes externas (satélite o 4G) y del archivo histórico de la televisión se convertirán a UHD.

El licitador expone que el 100% del archivo que se genere como consecuencia de su gestión estará accesible en calidad UHD y podrá ser accesible tanto a través de internet como de HbbTV. Sin embargo, por los altos tiempos de transcodificación necesarios, solo se insertarán los contenidos más populares para acceso permanente y se dejará contacto para solicitudes puntuales justificadas.

Si consideramos UHD nativo solo aquel contenido que no ha sufrido ningún tipo de conversión a lo largo de todo el proceso, incluyendo la captación, edición, producción, transporte, etcétera, debido a las cámaras ofertadas por el licitador, su producción propia no sería UHD nativa. Sin embargo, tras la conversión en la misma cámara y dado que el resto de los medios técnicos ofertados pueden trabajar en UHD, se considera que la producción propia y mixta serán producidos en UHD.

La propuesta describe los medios de difusión de la producción UHD (internet y HbbTV), indicando que únicamente se difundirán en calidad UHD los contenidos más populares. Asimismo, se expone que la producción en UHD se almacenará en el archivo y será accesible con dicha calidad.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el





mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,5 puntos**.

**e) Propuesta relativa a la empresa TCERO**

*[Contenidos con calidad ultra alta definición]*

La propuesta expone que la producción de todo el contenido realizado en la Región de Murcia para 7 TV, con un total de 109,43 horas semanales, además de todas las retransmisiones especiales y de galas, se realizará en calidad UHD.

Asimismo, los contenidos producidos por empresas de producción independiente regional por encargo o mediante coproducción también se desarrollarán en calidad UHD, lo que asciende a un total de 71,83 horas semanales. Para ello, el licitador se compromete a adelantar el 25% del importe inicial del contrato a las productoras y a ofrecerles la posibilidad de utilizar material UHD de su propiedad, lo cual es una mejora de gestión.

Todo el flujo de trabajo del sistema respetará la calidad UHD, hasta su difusión mediante HbbTV, página web, redes sociales, Youtube o APP.

El análisis de la información sobre instalaciones y medios materiales y técnicos de la oferta del licitador muestra que el equipamiento de recepción de las señales externas procedentes de ENG a través de 4G/5G solo admite calidad HD, por lo que no todo el flujo del contenido realizado en la Región de Murcia podrá ser UHD. No obstante, es la oferta con una mayor propuesta de producción UHD totalmente nativa.

Por otro lado, aunque se describen los medios para la difusión de dichos contenidos, ninguno de ellos se considera innovador.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, al ofrecer mejoras tecnológicas y de gestión valorables, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,75 puntos**.





#### 6.4.4. Presencia geográfica (hasta 2 puntos)

La valoración del presente criterio de adjudicación, según establece el PCAP, se realizará atendiendo a las siguientes consideraciones:

*“Se valorará el compromiso de puesta a disposición de la ejecución del contrato de medios materiales y humanos en diferentes municipios de la Región y en las ciudades de Madrid y Bruselas, para la producción de contenidos, especialmente de informativos.*

*Se describirán los medios materiales y humanos que el licitador pondrá a disposición de la ejecución del contrato en cada municipio. Se detallarán en particular las características de las unidades ENG y sus enlaces con los centros de producción, así como el perfil del personal asignado a cada uno de dichos puntos de presencia geográfica.”*

##### a) Propuesta relativa a la empresa UTE BAINET

*[Presencia geográfica]*

La propuesta expone que el licitador se compromete formalmente a poner a disposición de la ejecución del contrato medios materiales y humanos en 40 ubicaciones dentro del ámbito territorial de la Región de Murcia para la producción de contenidos, especialmente de informativos. Entre los 40 puntos de presencia geográfica propuestos, figuran cinco con la tipología de centros de producción y treinta y cinco corresponsalías, tal y como se expone a continuación:

- Centros de producción: Los cinco citados se corresponden con los centros de producción expuestos en el apartado correspondiente a las instalaciones y equipamiento técnico audiovisual y, según se exponía en el precitado apartado, excepto el centro de producción principal, los restantes no estaban destinados a la producción de contenidos de tipo informativo, por lo tanto no serán tenidos en consideración a efectos de la valoración del presente criterio de adjudicación.
- Corresponsalías: Abanilla / Abarán / Águilas / Alcantarilla / Los Alcázares / Alguazas / Alhama de Murcia / Archena / Beniel / Blanca / Bullas / Calasparra / Caravaca de la Cruz / Cartagena / Cehegín / Ceutí / Cieza / Fortuna / Fuente Álamo de Murcia / Jumilla / Librilla / Lorca / Lorquí / Mazarrón / Moratalla / Mula / Puerto Lumbreras / San Javier / San Pedro del Pinatar / Santomera / Torre Pacheco / Las Torres de Cotillas / Totana / La Unión / Yecla.

En la descripción de las corresponsalías, únicamente figura, al margen de lo expuesto, la dirección postal y el área o comarca a la que pertenece, presentando un grado de concreción inferior al de otras ofertas.

En relación con los medios humanos que el licitador pondrá a disposición de la ejecución del contrato en cada municipio, la propuesta expone textualmente lo siguiente *“en cada municipio donde se tenga presencia geográfica se dispondrá de un periodista y un operador de cámara a disposición de la cadena para su operatividad”*.





Por otro lado, en relación con los medios materiales asociados a cada una de las corresponsalías citadas, la propuesta expone textualmente lo siguiente:

*“Cámara digital con formato XDCAM, con accesorios, trípode, baterías, iluminación, microfonía). Ordenador con edición de video (adobe premier, edius, vegas o similares). Teléfono móvil con software Aviwest MojoPro para contribuciones en directo. Vehículo”.*

Lo expuesto pone de manifiesto que la propuesta, en contra de lo dispuesto en el PCAP, no detalla las características de las unidades ENG.

La propuesta también describe la presencia geográfica fuera del ámbito territorial de la Región de Murcia, tal y como se indica a continuación:

- Corresponsalía en la Comunidad de Madrid, ubicada en la Avenida de la Industria, 8, Nave 26, de Alcobendas.
- Corresponsalía en la ciudad de Bruselas, ubicada en el International Press Center (IPC), boulevard Charlemagne, 1, box 15 B-1041.
- Corresponsalía en Andalucía (Sevilla), Cataluña (Barcelona), Comunidad Valenciana (Valencia), Castilla y León (León), País Vasco (Bilbao) y Palma de Mallorca. Siendo el resto de comunidades autónomas cubiertas desde las corresponsalías expuestas. Además, las Islas Canarias, se cubrirán a través de una productora local asociada.

Los medios humanos y materiales con los que se dotará a cada corresponsalía serán similares a los expuestos con anterioridad para las corresponsalías ubicadas en el ámbito territorial de la Región de Murcia.

Por último, la propuesta pone de manifiesto que, gracias a los acuerdos que se suscribirán con las agencias de noticias, no será necesario tener corresponsalías en otras ciudades de Europa o del mundo. No obstante, se expone, que si se produjera una noticia de especial interés relacionada con la Región de Murcia en algún lugar donde no exista corresponsalía, el licitador contactará con alguna productora de la zona, para que les realice el servicio de producción necesario para cubrir adecuadamente la noticia.

Tal y como se ha puesto de manifiesto, en cada una de las localizaciones citadas, se contará con dos personas, un periodista y un operador de cámara a disposición de la cadena, para la producción de contenidos, especialmente de carácter informativo. En este sentido, se debe indicar que el número de puntos de presencia geográfica ofertado, aunque se trata de corresponsalías, es muy superior al número medio del conjunto de las ofertas presentadas y no parece tener el adecuado reflejo en el Plan de Viabilidad ya que incluso considerando el total de gastos relativos a aprovisionamientos, la previsión de gastos se sitúa muy por debajo de la media de las ofertas presentadas.

La oferta no aporta evidencia documental de la existencia de acuerdos para la prestación de servicios en las diferentes corresponsalías expuestas, presentando, por lo tanto, un menor grado de concreción con relación a otras ofertas.





Como conclusión, y al margen de lo expuesto, se puede indicar que en relación con la descripción de los medios materiales, la propuesta presenta un menor grado de concreción que otras ofertas, no detalla las características de las unidades ENG, no hace referencia a los enlaces con los centros de producción y para el personal asignado a cada uno de los puntos de presencia geográfica, propone perfiles con un escaso grado de concreción.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,5 puntos**.

#### b) Propuesta relativa a la empresa CBM

*[Presencia geográfica]*

La propuesta expone una estructura distribuida, constituida por tres centros de producción, ubicados en Molina de Segura y en las pedanías de Guadalupe y Monteagudo del municipio de Murcia, cinco delegaciones en la Región de Murcia, una en Madrid y otra en Bruselas, cuya distribución se expone a continuación:

- Delegación en Cartagena, ubicada en la calle Carmen Conde, 4, donde se contará con 30 metros cuadrados de oficina, reservados exclusivamente a este uso. Se rotulará la fachada y accesos para su identificación ante los ciudadanos, contando, además, con la posibilidad de utilizar el plató de 20 metros cuadrados existente. La propuesta contiene un acuerdo de colaboración con la empresa Onlycable, S.L., para su actuación como delegación y para la prestación de servicios de captación de imágenes y de producción de contenido, especialmente informativo, que presenta un grado de concreción superior al de otras ofertas.
- Delegación en Lorca, ubicada en la calle Los Guiraos, 10 bajo, donde se contará con 30 metros cuadrados de oficina, reservados exclusivamente a este uso. Se rotulará la fachada y accesos para su identificación ante los ciudadanos, contando, además, con la posibilidad de utilizar el plató de 50 metros cuadrados existente. La propuesta contiene un acuerdo de colaboración con la empresa Comarcal TV, S.L., para su actuación como delegación y para la prestación de servicios de captación de imágenes y de producción de contenido, especialmente informativo, que presenta un grado de concreción superior al de otras ofertas.
- Delegación en San Javier, ubicada en la avenida Pinatar, 24, 2ª Izq., donde se contará con 30 metros cuadrados de oficina, reservados exclusivamente a este uso. Se rotulará la fachada y accesos para su identificación ante los ciudadanos, contando, además, con la posibilidad de utilizar el plató de 20 metros cuadrados existente. La propuesta contiene un acuerdo de colaboración con el profesional autónomo José Lorenzo Nieto Saura, para su actuación como delegación y para la prestación de





servicios de captación de imágenes y de producción de contenido, especialmente informativo, que presenta un grado de concreción superior al de otras ofertas.

- Delegación en Caravaca de la Cruz, ubicada en calle Ascensión Rosell, 9 bajo, donde se contará con 30 metros cuadrados de oficina, reservados exclusivamente a este uso. Se rotulará la fachada y accesos para su identificación ante los ciudadanos, contando, además, con la posibilidad de utilizar el plató de 50 metros cuadrados existente. La propuesta contiene un acuerdo de colaboración con la empresa TeleCaravaca, S.L., para su actuación como delegación y para la prestación de servicios de captación de imágenes y de producción de contenido, especialmente informativo, que presenta un grado de concreción superior al de otras ofertas.
- Delegación en Yecla, ubicada en calle España, 28 bajo, donde se contará con 30 metros cuadrados de oficina, reservados exclusivamente a este uso. Se rotulará la fachada y accesos para su identificación ante los ciudadanos, contando, además, con la posibilidad de utilizar el plató de 25 metros cuadrados existente. La propuesta contiene un acuerdo de colaboración con la empresa Interfibra Telecomunicaciones, S.L., para su actuación como delegación y para la prestación de servicios de captación de imágenes y de producción de contenido, especialmente informativo, que presenta un grado de concreción superior al de otras ofertas.
- Delegación en Madrid, ubicada en la avenida de España, 1, Tres Cantos, donde se contará con 30 metros cuadrados de oficina reservados para este uso. Se rotulará la fachada y accesos para su identificación ante los ciudadanos, contando, además, con la posibilidad de utilizar un área habilitada como zona de grabación de 20 metros cuadrados de superficie.
- Delegación en Bruselas, ubicada en el IPC Building, boulevard Charlemagne, 1000, donde se contará con 30 metros cuadrados de oficina reservados para este uso. Se rotulará la fachada y accesos para su identificación ante los ciudadanos, contando, además, con la posibilidad de utilizar un área habilitada como zona de grabación de 20 metros cuadrados de superficie.

Para las delegaciones de Madrid y Bruselas, la propuesta incluye un acuerdo de colaboración con la empresa Cbmedia Servicios de Producción, S.L.U., para su actuación como delegación y para la prestación de servicios de captación de imágenes y de producción de contenido, especialmente informativo, donde se detallan los compromisos adquiridos por las partes. Además, en el acuerdo, las partes se comprometen a que si el licitador tuviera cualquier necesidad relativa a la prestación de servicios de producción de contenidos o captación de imágenes en cualquier otro territorio nacional o internacional, distinto de las delegaciones, Cbm Servicios de Producción, S.L.U., garantiza su disponibilidad y presencia geográfica en cualquier otra ciudad o país para el que fuese requerido, poniendo a disposición del licitador todos sus medios humanos y técnicos, así como, sus instalaciones.

En este sentido, en la propuesta se indica que Cbmedia Servicios de Producción, S.L.U., cuenta con una red de corresponsales distribuida por todo el territorio nacional, en concreto, se indican 49 provincias con corresponsalía. A nivel internacional, se exponen 15 corresponsalías en 13 países.





Las delegaciones estarán dotadas con el siguiente material básico, que será adquirido por el licitador y puesto a disposición de las empresas que proporcionarán el servicio:

- Cámara ENG Panasonic AJ-PX270 y accesorios.
- Microfonía alámbrica e inalámbrica Sennheiser.
- Equipo de transmisión Encoder HDSI TERADEK CUBE-655.
- Estación de edición con software Avid media composer.
- Todos los redactores dispondrán de un equipo MOJO (MObility JOurnalist), compuesto por un Smartphone corporativo modelo Samsung Galaxy Xcover Pro Enterprise y batería extra XTPOWER XT-20000QC3 Powerbank, estabilizador ZHIYUN Smooth 4, adaptador de zapata ULANZI BY-MM1, con la funcionalidad de barra de extensión para cardán de mano y para la instalación de micrófono y de luz led, lámpara led ULANZI W49LED, adaptador de audio para móviles RODE SC6, micrófono Lavalier RODE SMARTLAV+, micrófono de mano IK Multimedia IRIG MIC, auriculares modelo Sennheiser HD 200 PRO, trípode y mochila de transporte.

Las delegaciones de Cartagena y Lorca contarán con una cámara adicional al equipamiento básico expuesto.

Según el licitador, todas las delegaciones, al compatibilizar esta función con el resto de sus actividades empresariales, incluyendo la producción audiovisual para sus emisoras locales, cuentan con equipamiento propio, que pondrán a disposición del licitador cuando sea necesario por circunstancias de la producción, en concreto, según la propuesta, el 51% del total del equipamiento propio de cada delegación estará asignado a la producción para el licitador, con prioridad sobre cualquier otro uso.

En concordancia con lo dispuesto en el párrafo anterior, la propuesta expone el equipamiento propio por delegaciones, mostrándose a continuación únicamente el más relevante en cuanto a grabación y edición:

- Cartagena, 4 cámaras que permiten la captación de imágenes en definición estándar y alta definición con sus accesorios correspondientes y 6 estaciones de edición equipadas con software Adobe premiere.
- Lorca, 8 cámaras que permiten la captación de imágenes en definición estándar y alta definición con sus accesorios correspondientes y 8 estaciones de edición equipadas con software Adobe premiere 2018.
- San Javier, 2 cámaras PTZ que permiten la captación de imágenes en alta definición, una cámara que permite la captación de imágenes en alta definición y una estación de edición equipada con software Adobe premiere.
- Caravaca, 11 cámaras que permiten la captación de imágenes en alta definición y cuatro estaciones de edición equipadas con software Adobe premiere.





- Yecla, 8 cámaras que permiten la captación de imágenes en alta definición, entre ellas, dos son del tipo PTZ, una estación de edición equipada con software Adobe premiere y cinco ordenadores personales para puestos de redacción.

En las delegaciones de Madrid y Bruselas, se contará con una cámara ENG con todos sus accesorios habituales, un ordenador portátil para edición, con módem 4G para envíos a través de FTP desde cualquier ubicación y una mochila 4G con las correspondientes tarjetas telefónicas de datos para la realización de envíos.

En relación con los enlaces con los centros de producción, la propuesta plantea un modelo basado en la utilización de redes públicas en combinación con redes privadas, para la interconexión de los diferentes centros de producción y las delegaciones, así como de equipos móviles que pueden estar ubicados en cualquier punto de la Región de Murcia. La red tiene su centro nodal en la sede de la empresa Consorcio de Telecomunicaciones Avanzadas, S.A. (COTA), constando en la oferta un compromiso de prestación de servicios en el sentido indicado. En concreto, cada delegación cuenta con un enlace simétrico de 10 Mbps vía radio y sus correspondientes codificadores y descodificadores Teradek Cube-655. Los enlaces entre las delegaciones y los centros de producción de programas e informativos son bidireccionales, existiendo conectividad entre todas las delegaciones y todos los centros. Es decir, la empresa COTA, actúa como nodo central de comunicaciones de la red, poniendo a disposición del licitador, el transporte y distribución de las señales audiovisuales desde las delegaciones y los equipos ENG hasta los centros de producción y entre ellos, existiendo un doble enlace bidireccional (radio y fibra) de alta capacidad, entre COTA y el centro de producción de informativos. La red descrita se completa con la conexión a la misma de los equipos ENG autónomos (mochilas 4G).

Por otro lado, en relación con los medios humanos, la propuesta expone que en cada una de las delegaciones de Cartagena y Lorca, se contará con tres redactores y tres operadores de cámara, contratados a jornada completa, trabajando en equipos conformados por dos personas, un redactor y un cámara, prestando un servicio global de lunes a domingo, en horarios que se adaptan a los requerimientos de la producción. Para las delegaciones de Caravaca de la Cruz yecla y San Javier, se contará, en cada una de ellas, con dos redactores y dos operadores de cámara, contratados a jornada completa, con la misma metodología de trabajo descrita anteriormente. En las delegaciones de Madrid y Bruselas, se contará, en cada una de ellas, con un redactor y un operador de cámara, destacándose que el redactor asignado a la delegación de Bruselas será bilingüe. La cuantificación total de los medios humanos asignados a las diferentes delegaciones asciende a 28 personas.

La propuesta muestra la descripción y funciones de estos puestos de trabajo (redactor y operador de cámara), que son coincidentes con las expuestas en el apartado relativo a la estructura organizativa, incorporando, para los redactores, los currículum vitae, de doce de las personas propuestas, donde se aprecia su formación académica y la experiencia en el desempeño de puestos de redactor que atesoran, lo que favorece la idoneidad.

El licitador expone, que pondrá a disposición de todos los redactores de informativos, de las delegaciones y del personal de social media, 35 equipos MOJO, dotados con el equipamiento anteriormente definido.





Para finalizar, el licitador establece los siguientes compromisos:

- Garantía de cobertura: Un profesional <sup>1</sup> a menos de 50 km de cualquier punto de la Región de Murcia.
- Garantía de tiempo de respuesta: Un profesional realizando la cobertura <sup>2</sup> de la noticia, en un tiempo máximo de 30 minutos.

<sup>1</sup> Según la oferta, se entiende por profesional a los trabajadores del licitador adscritos al proyecto y a los trabajadores de las empresas productoras asociadas al licitador.

<sup>2</sup> Según la oferta, se entiende por cobertura la grabación y envío de imágenes por cualquier medio técnico disponible, que dependiendo de las circunstancias, se podrá tratar de un teléfono móvil o un play-out o un directo utilizando una mochila 4G.

Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede indicar que la propuesta destaca en relación con el resto de ofertas por el grado de concreción que presenta en la definición de las diferentes delegaciones, quedando determinada por el licitador, la adscripción de inmuebles, instalaciones, medios técnicos y humanos a la ejecución del contrato, que además de ser un elemento necesario para la adecuada ejecución, favorece el seguimiento del contrato por parte de la administración. Además, la propuesta incluye un compromiso de tiempo máximo de respuesta, para la realización de coberturas informativas, que se puede encuadrar dentro de las mejoras de gestión, sin destacar ninguna especial innovación en la materia.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador se puede encuadrar, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 75%**, al ofrecer mejoras de gestión valorables, por lo que se le otorga **una puntuación de 1,5 puntos**.

#### c) Propuesta relativa a la empresa NOW

*[Presencia geográfica]*

La propuesta expone que el licitador dispone de delegaciones en todo el territorio español y fuera de este, en lugares claves y que se pondrán a disposición las sedes de Madrid y Bruselas para la producción de contenidos, especialmente informativos. Indicando que la sede de Madrid estará ubicada en la calle Alcalá, 79, planta 1, con fácil acceso a La Moncloa, entre otros y la sede de Bruselas estará ubicada en la rue Archimède, 5 B-1000, situada frente al Consejo y la Comisión Europea, disponiendo de 450 metros cuadrados de oficinas, equipadas con posiciones de directo, control central, salas de montaje, set chroma key y control de realización con cámaras robotizadas.

El licitador, pondrá a disposición de las delegaciones propuestas, los siguientes medios:

- Madrid:
  - Cámaras ENG, modelos AJ-PX270 y AG-HPX-600, para rodaje o directos.
  - Punto de directo y sala de postproducción equipada con Adobe premiere.
  - Enlace con sistemas de transmisión 4G LIVE U/TVU/AVIWEST.





- Personal con experiencia de más de 15 años prestando servicios similares a cadenas de televisión nacional e internacional.
- **Bruselas:**
  - Cámaras ENG, modelos AJ-PX270 y AG-HPX-600, para rodaje o directos.
  - Agencia de noticias de la Comisión Europea.
  - Puntos de directo, desde la sede del licitador, de la Comisión Europea y del Parlamento Europeo.
  - Sala de postproducción equipada con Adobe premiere.
  - Enlace con sistemas de transmisión 4G LIVE U/TVU/AVIWEST.
  - Enlace con sistema de transmisión Satélite EUTELSAT en HD DVB-S2.
  - Equipo de profesionales con sólida experiencia y gran formación.

Como conclusión y al margen de lo expuesto, se comprueba que el licitador no propone delegaciones, para la producción de contenidos, especialmente informativos, en el ámbito territorial de la Región de Murcia, proponiéndolas únicamente en las ciudades de Madrid y Bruselas, siendo la única propuesta que no lo hace, lo que resta eficacia.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se concluye que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga una puntuación de **0,5 puntos**.

#### **d) Propuesta relativa a la empresa PROMECAL**

*[Presencia geográfica]*

La propuesta expone que, además de la sede central, se dispondrán tres sedes secundarias propias (Madrid, Cartagena y Lorca) y cuatro sedes secundarias subcontratadas (Bruselas yecla, Águilas y Caravaca de la Cruz), en los siguientes municipios:

- Sede en Cartagena, en ubicación no definida, contará con 200 metros cuadrados de oficina (120 m<sup>2</sup>, según el apartado correspondiente a la descripción de las instalaciones), con despacho para el delegado, un set para grabar o emitir en directo, espacio para la redacción y recepción de invitados. La sede contará con un equipo humano compuesto por un redactor jefe que estará integrado en la plantilla del licitador y tres equipos conformados por un redactor y un operador, subcontratados a través de empresas productoras, que dispondrán de tres sistemas completos ENG, con mochilas 4G, tres ediciones y dos vehículos. A efectos de la conexión con la sede central, se expone, que dispondrá de acceso a la red privada y sus sistemas estarán interconectados.
- Sede en Lorca, en ubicación no definida, contará con 120 metros cuadrados de oficina (90 m<sup>2</sup>, según el apartado correspondiente a la descripción de las





instalaciones), con despacho para el delegado, un set para grabar o emitir en directo y espacio para la redacción. La sede contará con un equipo humano compuesto por un redactor jefe que estará integrado en la plantilla del licitador y dos equipos compuestos por un redactor y un operador, subcontratados a través de empresas productoras, que dispondrán de dos sistemas completos ENG, con mochilas 4G, dos ediciones y un vehículo. A efectos de la conexión con la sede central, se expone, que dispondrá de acceso a la red privada y sus sistemas estarán interconectados.

- Sedes en Yecla, Águilas y Caravaca de la Cruz, donde no se determina la ubicación ni las características de los inmuebles. Las sedes contarán con un equipo humano compuesto por un redactor y un operador, subcontratados a través de empresas productoras, que dispondrán de un sistema completo ENG, mochila 4G, sistema de edición y vehículo. A efectos de la conexión con la sede central, se expone, que dispondrá de acceso a la red privada y sus sistemas estarán interconectados.
- Sede en Madrid, ubicada en el Wizink Center de la calle Goya, donde se contará con 200 metros cuadrados de oficina compartida, con despacho para el delegado, sala de reuniones, un set para grabar o emitir en directo, espacio para la redacción y recepción de invitados. La sede contará con un equipo humano compuesto por un delegado y un redactor jefe que estarán integrados en la plantilla del licitador y por tres equipos compuestos por un redactor y un operador, subcontratados a través de empresas productoras, que dispondrán de tres sistemas completos ENG, con mochilas 4G, ediciones y un vehículo.
- Sede en Bruselas, en ubicación no definida, no obstante, se indica que las instalaciones tendrán la posibilidad de emitir en directo, con fondo representativo de Bruselas. La sede contará con un equipo humano compuesto por un redactor y un operador, subcontratados a través de empresas productoras, que dispondrán de un sistema completo ENG, mochila 4G y sistema de edición. El redactor tendrá especialización y experiencia en la UE y en las cuestiones que afectan a nuestra región. La sede dispondrá de conexión permanente con la sede central.

En el apartado correspondiente a las instalaciones y equipamiento técnico audiovisual, se indica que se adquirirán tres tipos diferenciados de sistemas ENG (Cámaras Sony PXW-Z280 / PXW-FS5M2K / PXW-Z450), para su utilización en función del tipo de cobertura a realizar, describiendo también los accesorios necesarios para la realización de coberturas, pero no aclara con qué tipo de sistema se equipa a cada una de las sedes.

Asimismo, se pone de manifiesto la existencia de un enlace en streaming con protocolo SRT (Secure Reliable Transport), destinado a unirse con cada una de las siete sedes propuestas. Para la transmisión de las señales de contribución de las unidades móviles, se utiliza una solución del fabricante Aviwest.

Finalmente se expone que el personal descrito trabajará de forma exclusiva para 7 TV Región de Murcia. La cuantificación total de los medios humanos asignados a las diferentes delegaciones asciende a 28 personas. En relación con el personal no integrado en la plantilla que prestará





servicio en las sedes, únicamente se indica su categoría profesional, mostrando, asimismo, la propuesta una menor concreción en relación con otras ofertas.

Como conclusión y al margen de lo expuesto, se puede indicar que en relación con la descripción de los medios materiales, la propuesta presenta un menor grado de concreción que otras ofertas, no precisa la ubicación de las distintas sedes, no indica el tipo de unidades ENG asignadas a cada una de ellas y además para el personal asignado a cada uno de los puntos de presencia geográfica, propone perfiles con un escaso grado de concreción.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se infiere que la propuesta realizada por el licitador ofrece prestaciones inferiores a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 25%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 0,5 puntos**.

#### e) Propuesta relativa a la empresa TCERO

*[Presencia geográfica]*

La propuesta comienza la exposición del presente criterio de adjudicación indicando que el licitador dispondrá de 12 delegaciones, de las cuales 10 estarán ubicadas en el ámbito territorial de la Región de Murcia, una en Madrid y otra en Bruselas. En concreto, la presencia en la Región de Murcia se circunscribe a los siguientes municipios: Abanilla / Alhama de Murcia / Caravaca de la Cruz / Cartagena / Lorca / Lorquí / Mazarrón / Murcia / San Javier / Yecla.

En relación con la presencia geográfica en los diez municipios expuestos, la propuesta contiene doce acuerdos con las empresas y profesionales autónomos que se indican a continuación, en los que en relación a la prestación de servicios, únicamente se estipula la necesidad de negociar y, en caso de acuerdo, suscribir un contrato de prestación de servicios, que deberá regular las condiciones, prestaciones y medios a incluir, lo que, en relación a otras ofertas, presenta un menor grado de concreción y dificulta el seguimiento del contrato por parte de la Administración:

- Actualízate Studio, C.B.
- Ilorci TV, S.L.<sup>1</sup>.
- Telecable Jumilla, S.L.
- Interfibra Telecomunicaciones, S.L.<sup>1</sup>.
- Juan Clemente Ruiz
- Altés, S.L.<sup>2</sup>
- TeleAlhama, S.L.
- Audiovisual Works Producciones, S.L.
- M<sup>a</sup> Carmen López Corbalán
- Española de Comunicaciones de Medios de Radio y Televisión, S.L.
- Comunicación y Producciones del Guadalentín, S.L.

<sup>1</sup> Actuación como corresponsalía.

<sup>2</sup> Con la empresa Altés, S.L., figuran dos acuerdos diferenciados para actuar en dos localidades diferentes





El análisis de lo expuesto pone de manifiesto la existencia de un número de acuerdos superior al de localizaciones propuestas, sin que se detalle esta circunstancia en la oferta.

La propuesta contempla dotar a todas las delegaciones del equipamiento que les permita participar en directo en las emisiones del canal. Según se especifica, cada delegación contará con un circuito de comunicación dentro de la red, a través de acuerdos con las empresas COTA y CableMurcia. En el apartado relativo a instalaciones y medios técnicos, se plantea una solución de infraestructura de red, que garantizará la totalidad del servicio de contribución de las delegaciones, a través de las redes de COTA y CableMurcia, que serán puestas a disposición del proyecto. En este sentido se debe indicar que en la propuesta no figura el alcance del acuerdo suscrito con la empresa COTA.

Las delegaciones estarán dotadas de un equipo completo ENG y equipos de edición, tal y como se indica a continuación:

- Cámara ENG JVC GY-HC550E y accesorios.
- Equipo de transmisión Encoder Teradek Bond 757.
- Estación de trabajo Lenovo P330, con software de edición Estructure Everywhere.

En relación con los medios humanos, la propuesta expone que el equipo mínimo de las delegaciones/corresponsalías, estará compuesto por un operador de cámara ENG y un redactor y que en función de las circunstancias de cada delegación/corresponsalía, el licitador garantiza la asignación de los medios humanos necesarios para atender adecuadamente el servicio. Asimismo, se expone que los trabajadores serán profesionales acreditados, con experiencia en el desempeño de sus funciones y conocedores de la realidad informativa del entorno geográfico en el que desempeñan su labor. La cuantificación total de los medios humanos asignados a las diferentes delegaciones/corresponsalías asciende a 24 personas.

La propuesta incluye el material disponible con el que cuentan las diferentes empresas con las que el licitador pretende configurar su red de delegaciones/corresponsalías, que no se detalla, al no constar en la propuesta el porcentaje de adscripción a la ejecución del contrato.

En relación con la delegación en Madrid, el licitador expone que a través de sus acuerdos de colaboración cuenta con uno de los más importantes centros de producción, repartido en diferentes sedes dentro de la comunidad autónoma. En el centro de producción ubicado en la ciudad de la imagen, según se expone, cuenta con unas instalaciones de 2.000 m<sup>2</sup>, que incluyen, entre otras instalaciones, tres platós, de 600, 375 y 275 m<sup>2</sup>, un plató virtual de 20 m<sup>2</sup>, con control y sistema de emisión propio y 625 m<sup>2</sup> de oficinas de producción, realización y administración. El centro de producción ubicado en la localidad de Getafe dispone de un parking de unidades móviles y DSNG, centro de producción y operaciones con capacidad para retransmitir 40 eventos simultáneos, equipos completos ENG y diferentes sistemas de retransmisión de imágenes. En relación con las instalaciones, equipos y sistemas expuestos, la propuesta no incluye el acuerdo de colaboración expuesto, ni indica la proporción en tiempo o disponibilidad para el servicio objeto del contrato, lo que le resta concreción en relación con otras ofertas.





Por otro lado, en relación con la delegación de Bruselas, el licitador expone que tiene un acuerdo de colaboración con el Grupo Mediapro, que a través de la empresa Imagina EU, desarrolla el contrato de los servicios audiovisuales del Comité de las Regiones. Imagina EU, realizará el seguimiento personalizado del Presidente regional y del resto de representantes. Según se expone, Imagina EU, cuenta con instalaciones propias en Bruselas y personal para realizar cualquier tipo de contenido informativo que se le encomiende en cualquiera de las instituciones europeas: equipos ENG, montaje, periodistas para crónicas en castellano y todas las posibilidades de directo (conectividad con fibra, equipos 4G y equipos DSNG). Analizando lo expuesto, se observa que la propuesta no incluye el acuerdo de colaboración citado, ni, en relación con las instalaciones, equipos y sistemas, indica la proporción en tiempo o disponibilidad para el servicio objeto del contrato, lo que le resta concreción en relación con otras ofertas.

Por último, el licitador expone que su posicionamiento nacional e internacional a través del Grupo Mediapro, con sedes establecidas por todo el mundo, le permite gestionar eficazmente asistencias informativas en los principales mercados a nivel mundial. En concreto, en territorio nacional se especifican 7 sedes y a nivel internacional, 14 sedes en Europa y 40 en el resto del mundo, con sedes propias o a través de acuerdos. La propuesta no incluye acuerdo de colaboración para la prestación de los servicios indicados, lo que le resta concreción en relación con otras ofertas.

Como conclusión y al margen de lo expuesto, realiza una correcta descripción de la presencia geográfica, pero no se aprecian mejoras tecnológicas o de gestión valorables, ni tiene elementos innovadores de valor respecto al resto de ofertas.

En relación con la valoración del presente criterio de adjudicación, teniendo en cuenta el conjunto de las ofertas presentadas y lo expuesto en el presente apartado, se determina que la propuesta realizada por el licitador es equivalente a las propuestas comerciales comunes en el mercado televisivo, encuadrándose, según la tabla de graduación que figura en el apartado tercero del presente informe, entre las que les corresponde **una ponderación sobre la puntuación máxima del criterio de un 50%**, por lo que se le otorga **una puntuación de 1 punto**.

La siguiente tabla muestra la puntuación obtenida por los licitadores en cada uno de los criterios de adjudicación analizados en este apartado.

CRITERIO DE ADJUDICACIÓN	VALORACIÓN MÁXIMA DEL CRITERIO	UTE BAINET	CBM	NOW	PROMEAL	TCERO
Instalaciones y equipamiento técnico audiovisual	3	1,50	2,25	0,75	0,75	2,25
Nuevos medios de acceso	1	0,25	0,75	0	0,75	0,5
Contenidos con calidad ultra alta definición (UHD)	1	0,25	0,25	0	0,5	0,75
Presencia geográfica	2	0,5	1,5	0,5	0,5	1
<b>PUNTUACIÓN TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>2,50</b>	<b>4,75</b>	<b>1,25</b>	<b>2,5</b>	<b>4,5</b>

En Murcia, fecha y firma electrónica al margen.

