

INFORME VALORACIÓN TÉCNICA

**Pliego de prescripciones técnicas particulares
Servicio de medición de audiencias digitales de Radio
Televisión Madrid, S.A.U.**

11 de Diciembre de 2022

Este documento es copia del original firmado. Se han ocultado datos personales en aplicación de la normativa vigente.

La valoración por parte del Presidente de la mesa y de los dos vocales técnicos de la mesa de contratación sobre los criterios subjetivos del pliego de prescripciones técnicas particulares resultantes de la empresa que se ha presentado.

La empresa que ha presentado oferta es **Rentrak, cuyos medios técnicos provienen de Comscore**, que concurre con solvencia externa y siendo una parte de la empresa que presenta la oferta. Por tanto, ambas se presentan bajo el nombre de Rentrak como prestador del servicio de medición de audiencias digitales.

1. Metodología:

En este punto se valora la calidad y el detalle en la metodología a través de los nueve puntos destacados de la licitación. Las nueve áreas de trabajo requeridas son las siguientes:

1. Servicio básico de medición de audiencia de los medios digitales.
2. Servicio de audiencias comparado con otros canales de televisión.
3. Métricas habituales de mercado convergente en el medio y en el sector publicitario.
4. Servicio de audiencias con profundidad del dato que permita el análisis del dato en distintos targets poblacionales, como regionales.
5. Audiencia incremental
6. Audiencias avanzadas
7. Presentación de la información en un entorno digital

8. Integración en Apis
9. Periodicidad de las publicaciones mínimo una vez al mes

➤ **I. SERVICIO BÁSICO DE AUDIENCIA DE LOS MEDIOS DIGITALES. METODOLOGÍA.**

Se busca un sistema de medición que construya un dato unificado que integre la suma de consumo de todos los dispositivos. También se solicitaba una metodología híbrida que tuviera un panel propio y que combinara los datos censales de RTVM.

El pliego de prescripciones técnicas propone unos mínimos para desagregar la información digital:

- a) Recoger el dato en desktop
- b) Discriminar el dato en tablets, smartphones
- c) Dato de vídeo en internet. En la propia página web, como el vídeo consumido en YouTube y en redes sociales. Y a futuro el vídeo procedente de la OTT.

Rentrak-Comscore, -única empresa que concurre a la licitación-, **presenta en su documentación el compromiso de atender los mínimos requeridos en el pliego técnico.**

Rentrak-Comscorese presenta como **“una compañía de medición cross-media”** especializada en el análisis del comportamiento de los

consumidores de medios digitales, en todas las plataformas. La experiencia en el ámbito de la medición queda probada contando con más de 3.200 clientes y presencia en más de 70 países. La empresa opera en España desde hace más de 14 años, ofreciendo el dato de audiencias digitales a los soportes, redes publicitarias, agencias y anunciantes. El volumen de clientes permite la comparación de los resultados con otros canales de televisión.

Además, cuenta con la auditoría por parte del AIMC. Destaca en la documentación que presenta que **son los únicos en el mercado que puede construir la audiencia conjunta con YouTube**, ya que tienen un acuerdo con el propio YouTube. Y también destacan que **son los únicos que construyen la cobertura incremental que aportan las redes sociales**.

Nos trasladan que son una empresa que mide la audiencia de contenido, publicidad y vídeo-audio de las propias páginas web, y de los entornos no controlados por los propios medios.

Por lo tanto, son capaces de medir, construir un dato fiable y de ofrecer de modo separado los requerimientos que se les había especificado en el primer punto del contenido de la prestación.

Detalle de la metodología

Rentrak-Comscore describe detalladamente la propuesta técnica. El dato que se oferta es una metodología unificada (UDM, unified digital measurement)

La metodología combina tres fuentes de datos: paneles propios compuestos por individuos, la medición censal y los datos procedentes de acuerdos de medición con distintas plataformas de contenidos con quien la empresa tiene acuerdos. La construcción de un dato único responde al objetivo de tener información a nivel individuo con el nivel de detalle a nivel multiplataforma. La deduplicación es el proceso mediante el cual, tienen en cuenta las duplicidades de consumo de los individuos, para no contabilizarlos varias veces.

- **Datos a través de paneles propios** → Rentrak-Comscore cuenta con distintos paneles tradicionales con audímetro instalado aportando una parte de la metodología basada en personas (consumo humano). El universo de referencia o total digital population (TDP) se define según Rentrak-Comscore como los usuarios digitales en dispositivos móviles mayores de 13 años y mayores de 4 años en ordenadores de sobremesa y portátiles. Los datos referenciales los obtienen del EGM (estudio general de medios) del que forman parte.

- En desktop cuentan con panelistas de +4 años.
- En Android phone panelistas con +13 años.
- Iphone panelistas con más de 13 años

- Ipad panelistas con más de 13 años
- **Datos censales** → Cuentan con los datos de consumo censal de todas las plataformas donde se alojan los contenidos digitales. El etiquetado o adjudicación de Tags o SDKs es la solución técnica para la identificación de contenidos, tanto en página como en vídeo en todas las aplicaciones y distintos dispositivos. Rentrak-Comscore nos indica que su metodología (tag propio) también incluye los contenidos publicitarios. Rentrak-Comscore cuenta con un acuerdo con el AIMC mediante el cual les puede elaborar las distintas variables sociodemográficas. Los datos censales complementan la realidad fragmentada en los consumos digitales.

Rentrak-Comscore destaca en la descripción técnica la flexibilidad a la hora de etiquetar nuevos parámetros adicionales y la permeabilidad en su tecnología para implementar nuevos consumos de vídeos, incremento de dispositivos de acceso, nuevas plataformas y novedades en los sistemas operativos, con un compromiso constante orientado a la innovación y desarrollo constante.

- **Partnerships** → A través de toda la documentación presentada, Rentrak-Comscore traslada la importancia de los acuerdos globales con plataformas que albergan contenidos de RTVM, como por ejemplo, YouTube, Meta, X, Applenews, Google Amp, etc.

Los acuerdos con plataformas de Rentrak-Comscore contemplan el reporte individual de la audiencia de los soportes dentro de estas plataformas, así como la visión deduplicada de la audiencia. En el documento presentado nos ofrecen cifras consumo, en el entorno de Google AMP el 40% del mismo proviene de dispositivos móviles. En Youtube para algunos medios la presencia en la plataforma de vídeo supone el 50% de la cobertura generada.

Los principales publishers para Comscore:

- Facebook
- Instagram
- AppleNews
- YouTube
- Apple stocks
- Snapchat
- Google Discover
- Smartnews
- Flipboard
- Google Accelerated mobile pages

Rentrak-Comscore asigna audiencia tanto a la plataforma como al medio generador de contenido. Se nos explica a través de un ejemplo como desglosa el contenido proveniente de plataformas fuera del entorno de RTVM. También la empresa nos ofrece la posibilidad de llegar a acuerdos puntuales entre dos medios la para asignación de la audiencia de contenidos compartidos.

"Para la realización de esta medición es necesario un etiquetado específico y el acuerdo de ambas partes". "La relación con las empresas que desarrollan plataformas es fluida, permitiendo que la tecnología de medición recoja con gran rapidez las sucesivas innovaciones y cambios que vayan sucediendo"

Las posibilidades que oferta Rentrak-Comscore en la parte de etiquetado excede a las propuestas en el pliego técnico, es decir, incorpora muchas posibilidades de mejora a medio plazo.

La experiencia en deduplicación permite conocer las interrelaciones y consumos cruzados entre plataformas móviles, pc, los datos censales aportan mucha robustez estadística para poder analizar consumos cruzados en distintas plataformas y realizar una imputación correcta. Tanto a través del panel como de los propios datos censales se establecen las pautas de consumos cruzados entre entidades, sitios web y aplicaciones.

La inferencia estadística se realiza mediante equilibrajes en las distintas muestras. En el mismo proceso los datos censales se modelizan a nivel individuo con la diversificación por los targets clásicos: Sexo, edad, presencia de niños, ámbito de consumo regionales.

A lo largo de todo el documento se hace hincapié en la innovación, flexibilidad y versatilidad en los sistemas de etiquetado para contar con todos los datos de todas las plataformas, independientemente del dispositivo de uso. Siendo conscientes del entorno dinámico del mundo

digital, así como la velocidad de cambio en la propia tecnología a nivel de páginas, vídeos o aplicaciones.

“El dinamismo del entorno implica que el sistema de etiquetado debe ser tremendamente flexible a la hora de evolucionar”

Las audiencias por tanto que ofrece Rentrak-Comscore aportan estabilidad (datos procedentes del panel) y profundidad (procedentes de datos censales), y también tienen en cuenta los consumos procedentes de redes sociales integrando una audiencia incremental. La unificación buscada combina, por tanto, distintas tipologías de información en función de las fuentes utilizadas.

En base a lo descrito, la puntuación de la Mesa valora positivamente los aspectos diferenciales y las cualidades que hacen único en el mercado la construcción de un dato único unificado que hibride redes sociales con el rendimiento del propio site e incorpore datos oficiales de vídeo en YouTube.

El detalle de la metodología hay una amplia documentación sobre el proceso de obtención de datos, hibridación, compensación de pesos y deduplicación. También se tiene en cuenta las mejoras en una materia tan sensible de cambio como es el ámbito digital y la experiencia para adecuarse a la realidad en un breve plazo de tiempo.

La Mesa considera que existe un nivel de detalle y claridad adecuados que aportan valor al objeto del contrato.

| 1 | Metodología | Puntuación |
|----------|-------------------------------------|-------------------|
| | Calidad y detalle en la metodología | 5,0 |
| | Eficiencia de la metodología | 5,0 |
| | Dato unificado | 5,0 |
| | Mejoras en la metodología | 5,0 |

➤ **II. ORGANIZACIÓN GENERAL DEL SERVICIO Y MEDIOS PERSONALES.**

En el segundo apartado se solicitaba la calidad de los medios personales para garantizar el servicio, la cualificación y nivel de especialización de los componentes del equipo, así como su experiencia demostrada.

Rentrak-Comscore no incorpora en la documentación del sobre B la cualificación de los profesionales que integran el equipo. Sí nos dan información técnica al indicarnos que cuentan con personal técnico cualificado para el desarrollo de Apis, o el desarrollo técnico necesario para realizar las imputaciones ya que la operación está auditada por un organismo oficial (AIMC).

La experiencia internacional también da solidez en cuanto a la organización general del servicio, ya que nos permite de modo ordenado ir implementando las novedades al mismo ritmo que otros mercados.

La parte comercial también es importante para poder ser efectivo en los acuerdos internacionales con plataformas como Youtube o Google. Sus acuerdos globales internacionales ayudan a poder disponer de datos oficiales para realizar la operación de medición.

Las facilidades y versatilidad en los marcajes y etiquetados, también resultan congruentes con las necesidades de RTVM.

Al recabar datos de tres fuentes diferentes es especialmente importante tener un orden para trabajar desde el punto de vista de la organización y contar con un calendario de publicación, así como un diccionario propio para categorizar a las publicaciones y facilitarnos la comparativa con nuestros homólogos en actividad a través de la estructura en el diccionario de Comscore.

La organización del servicio se realiza a través de una plataforma online centralizada con un acceso sencillo llamada MyMetrix que contiene de modo ordenado el reporte de toda la actividad digital, audiencia desde desktop, móviles y tabletas, otro módulo de consumo de vídeo y otro para redes sociales. La filosofía es partir de lo general y la posición global en el mercado a la búsqueda de resultados más concretos, es decir, a lo particular, bajar a nivel targets, regional, o variables avanzadas.

Por todo ello, la mesa evalúa con 0,5 puntos la calidad de la información reportada en cuanto a la calidad de los medios personales y 1.5 sobre 2.5 para la organización del servicio y los recursos técnicos.

| 2 | Organización general del servicio y medios personales | Puntuación |
|---|---|------------|
| | Calidad de los medios personales | 0,5 |
| | Organización del servicio y recursos técnicos | 1,5 |

➤ **III. HERRAMIENTAS DE TRABAJO Y MEDIOS MATERIALES**

Rentrak-Comscore detalla las herramientas de trabajo y los medios materiales en el siguiente nivel de detalle. MyMetrix es la herramienta global de análisis a la que tendremos acceso a lo largo del contrato. De esta herramienta matriz dependes otras unidades de análisis específicas que pasamos a detallar:

- **MMX Multiplataforma** → Es la herramienta más utilizada por los clientes en España. A través de él se puede analizar el comportamiento de la audiencia deduplicada de individuos cuyo consumo proviene de web y aplicaciones en cualquier dispositivo, pudiendo segmentar por los mismos. Esta herramienta también nos ofrece el consumo de vídeo que se produce desde la web independientemente del dispositivo de acceso. Esta herramienta nos proporciona a nuestro medio y comparado con el resto del mercado:

- Ranking de audiencia

- Perfiles sociodemográficos. Edad. Sexo, regiones y presencia de niños.
- Tendencia de los medios
- Duplicación de audiencia
- Cruces de visitantes

La herramienta cuenta con la posibilidad de crear informes a doc y cruzar toda la información disponible.

Rentrak-Comscore proporciona una interfaz con más de un centenar de indicadores de audiencia, sobre todo de tipo cuantitativo pero también cualitativos como la duración de los consumos e cada dominio. También la Mesa evalúa de modo positivo los filtros sobre atributos avanzados en vídeo como desagregar la información en base a:

- Streaming video
- Newspaper
- Streaming audio
- Cable/broadcast Tv
- Blog
- Magazine
- Radio

El histórico que nos indican para el comienzo del contrato son de 15 meses que se irán incrementando hasta un máximo de 36 según avance el tiempo de permanencia. Toda la información es guardable y exportable en formatos Excel y CSV.

- MMX Desktop → Permite realizar ranking de medios y evoluciones históricas con cualquiera de los indicadores disponibles sobre los consumidores de contenidos digitales a través de desktops (más del 60% de la población).
- Mobile Metrix → La medición de contenidos a través de dispositivos móviles ha adquirido mayor importancia en los últimos años. El 90% de los usuarios acceden a contenidos digitales a través de tabletas y teléfonos móviles. Rentrak-Comscore incorpora una herramienta especializada en estos consumos tanto en iOS como en Android, bien a través de navegadores o de aplicaciones.
- Vídeo Metrix Multiplataforma → El incremento de vídeo digital ha consolidado esta herramienta especializada en la planificación y venta de espacios publicitarios en la actualidad. Esta herramienta nos proporciona la posibilidad de realizar análisis pormenorizados para extraer vídeo de contenido, publicitario o total vídeo. La herramienta es capaz de medir tanto los vídeos iniciados por los usuarios, como los generados automáticamente, los banner y los vídeos en streaming.

La mesa valora en la documentación presentada la incorporación de video sharing procedentes de plataformas de contenidos, así como la medición de televisión conectada en el informe de OTT device level. El vídeo procedente de CTV se incorpora a Video Metrix Multiplataforma.

- MMX Social Reporting → Rentrak-Comscore ofrece una plataforma de medición de redes sociales: Meta, Instagram, X, TikTok, Twitch y

YouTube. Se puede comparar la visión de audiencias digitales y las audiencias sociales. La cobertura incremental construye el dato social de audiencia de forma deduplicada.

Rentrak-Comscore se compromete a facilitarnos una interfaz online con un máximo de 10 claves personales para acceder a la herramienta. También se comprometen a que todos los productos contratados, a excepción de Video Metrix Traffic Video-, se entregaran como producto de interfaz mediante un API

La valoración de la Mesa en este apartado es el siguiente:



| 3 | Herramientas de trabajo y medios materiales | Puntuación |
|-------------------------------------|--|-------------------|
| | Medios técnicos | 2,5 |
| | Mejoras en el punto 4 del pliego técnico | 1,3 |
| TOTAL Criterios Cualitativos | | 25,8 |

En resumen la puntuación completa de la valoración subjetiva es la siguiente:



Criterios Cualitativos

| | | |
|-------------------------------------|--|-------------------|
| 1 | Metodología | Puntuación |
| | Calidad y detalle en la metodología | 5,0 |
| | Eficiencia de la metodología | 5,0 |
| | Dato unificado | 5,0 |
| | Mejoras en la metodología | 5,0 |
| 2 | Organización general del servicio y medios personales | Puntuación |
| | Calidad de los medios personales | 0,5 |
| | Organización del servicio y recursos técnicos | 1,5 |
| 3 | Herramientas de trabajo y medios materiales | Puntuación |
| | Medios técnicos | 2,5 |
| | Mejoras en el punto 4 del pliego técnico | 1,3 |
| TOTAL Criterios Cualitativos | | 25,8 |

Este documento es copia del original firmado. Se han ocultado datos personales en aplicación de la normativa vigente.