

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE RIGE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE IMPLANTACIÓN, MANTENIMIENTO Y EXPLOTACIÓN DE UN NUEVO SISTEMA DE MEDIDA INTERNA DE AUDIENCIAS CROSS MEDIA DE TODOS LOS CONTENIDOS DE 3Cat

**-PROCEDIMIENTO ABIERTO-**  
**EXPEDIENTE NÚM. 2512OB01**

### **INTRODUCCIÓN**

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

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

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

El nuevo Plan Estratégico de 3Cat tiene entre las líneas de actuación prioritarias crear un nuevo modelo de obtención y análisis de datos para centralizar, organizar y explotar toda la información posible con el objetivo de identificar tendencias y hábitos de consumo. Así, en 2025 se ha considerado como proyecto estratégico desarrollar la gestión de datos basada en el conocimiento del usuario y la toma de decisiones.

En este sentido, la presente licitación debe permitir obtener los datos Cross Media de los contenidos que elabora la CCMA, S. A. y que difunde a través de cualquier sistema de distribución. Se quiere tener un dato global de la cobertura de cada uno de los contenidos y la información necesaria para saber qué audiencia incremental aporta cada sistema de distribución al total de esa cobertura.

Para poner en marcha este servicio innovador, se opta por un modelo externalizado que debe garantizar que el servicio prestado sea económicamente viable y de calidad permitiendo estar al día de las novedades en un mercado cambiante.

Este servicio no será exclusivo y la CCMA podrá seguir contratando, fuera del ámbito de esta licitación, otras herramientas de medición de audiencias.

Así, este servicio debe permitir obtener los datos *Cross Media* de los contenidos que elabora la CCMA, S. A. y que difunde a través de cualquier sistema de distribución o medio. Se quiere tener un dato global de la cobertura de cada uno de los contenidos, la información necesaria para saber qué audiencia incremental aporta cada sistema de distribución al total de esta cobertura así como información necesaria para valorar el alcance óptimo de una campaña publicitaria.

Así, se licita este servicio con el objetivo de encontrar una empresa o conjunto de empresas especializadas (en caso de formar una UTE) que pongan en marcha este nuevo servicio innovador. Dada la novedad del proyecto, cada licitador podrá aportar la opción metodológica que considere mejor, ya sea basada en un panel de usuarios de nueva creación o uno adaptado con representatividad suficiente en Cataluña, ya sea basada en un modelo de fusión de datos de audiencia de mercado, en una propuesta híbrida de las dos soluciones anteriores o cualquier otra opción que pueda ser válida y cumpla con los objetivos de la licitación.

## **1. OBJETO**

El objeto de esta concurrencia es la contratación por parte de la Corporació del servicio de implantación, mantenimiento y explotación de un nuevo sistema de medida interna de audiencias *Cross Media* de todos los contenidos de la CCMA, S. A. Este servicio debe cubrir todas las ventanas de emisión de los contenidos de 3Cat: televisión, radio, medios digitales, redes sociales, videojuegos y debe estar abierta a nuevas incorporaciones fruto de los avances tecnológicos.

Los datos obtenidos del servicio serán de uso por diferentes departamentos de 3Cat. Entre los principales usuarios destacamos el departamento de Innovación y Conocimiento que dará servicio a los departamentos de contenidos que los utilizarán para analizar el impacto de las emisiones y publicaciones de 3Cat y así como para poder establecer nuevas estrategias de producción y programación. Será de especial utilidad también para el departamento Comercial como argumento de venta de espacios publicitarios y el análisis de resultados postcampaña, y evidentemente, para la dirección de la CCMA, S. A. que tendrá una herramienta más para evaluar el grado de consecución de las estrategias de la Corporació.

## **2. CONTEXTO DE MERCADO**

En los últimos años, la evolución tecnológica de la industria audiovisual ha tenido como consecuencia una proliferación de canales de difusión a través de diversos dispositivos, plataformas y tecnologías de conectividad y esto ha representado (y representa todavía) un reto ingente para poder medirlo todo. Este panorama genera una enorme cantidad de datos provenientes de diferentes fuentes, lo que hace cada vez más complejo comprender de forma holística las audiencias *Cross Media*, *Cross Plataforma*, multidispositivo y multimedia.

Adicionalmente, las metodologías tradicionales de medida de audiencias, segmentadas en silos y que consideran de forma aislada cada medio, aunque todavía responden adecuadamente a la medición especializada de cada canal individual, presentan limitaciones para entender de forma global y unificada el consumo de contenidos por parte de la audiencia.

Las audiencias están más fragmentadas que nunca porque los hábitos de consumo responden a comportamientos muy diversos según el tipo de contenido, el dispositivo, la plataforma e incluso una combinación de todos estos tipos dependiendo de circunstancias personales, disponibilidad de tiempo, capacidades tecnológicas, conectividad, equipamiento, momento de consumo, etc.

Los agentes del mercado a nivel estatal no han llegado a un consenso de cómo obtener un dato que sea aceptado por todos en el sector. Mientras esto no ocurre, 3Cat ha priorizado la necesidad de comprender mejor este contexto cambiante de consumo combinado y multimedia, aunque sea a nivel interno, y licita una solución de medición *Cross Media* que responda eficazmente a obtener una visión general y completa del consumo holístico de sus contenidos.

### **3. EL ALCANCE DEL SERVICIO**

Se licita este servicio con el objetivo de encontrar una empresa o conjunto de empresas especializadas (en caso de formar una UTE) que pongan en marcha este nuevo servicio de audiencias *Cross Media* para ser operativo,

Los licitadores podrán aportar diferentes opciones tecnológicas:

- a) Panel de usuarios de nueva creación o uno ya existente adaptado con representatividad en Cataluña como única fuente de datos (*single source*)
- b) Modelo matemático de agregación y fusión de bases de datos de mercado y propias de 3Cat que deduplique y pondere los resultados de las diferentes medidas de audiencias de mercado de los diferentes sistemas de distribución y las internas propias. En el *Anexo 1* se recoge el inventario de datos propios internos y externos gestionados por 3Cat que se pondrán a disposición del adjudicatario.
- c) Una propuesta híbrida de las dos soluciones anteriores
- d) Cualquier otra opción que pueda ser válida y cumpla con los objetivos de la licitación.

En el caso de las opciones que tengan como elemento principal un panel, se valorará si es exclusivo para este proyecto, el volumen de la muestra o el grado de representatividad del panel para obtener datos estadísticamente significativos, entre otros.

En el caso de las opciones basadas en modelos de fusión, se valorarán especialmente las metodologías científicas en las que se fundamentan las fusiones de datos y los sistemas de deduplicación y perfilado de audiencias, así como la metodología en que se base para dar a cada sistema de distribución el peso correspondiente y que permita realizar un seguimiento de la audiencia a través de los diferentes medios.

En el caso de las opciones híbridas, se valorará especialmente todo lo referente a los dos apartados anteriores más la viabilidad de la propuesta y la coherencia de la metodología si la opción híbrida tiene como referente otros modelos distintos a los anteriores.

En el caso de una opción diferente a las anteriores, se valorará especialmente la viabilidad de la propuesta, la idoneidad y la coherencia de la metodología en que se base y los modelos que utilice para ofrecer los datos que se piden en el pliego.

El alcance de este servicio debe incluir:

- Todos los medios o sistemas de distribución por los que la audiencia pueda consumir los contenidos de 3Cat y los de la competencia (TV, radio, medios digitales, XSS y plataformas externas)
- Todos los tipos de formatos (audio, vídeo, texto, videojuegos, etc.)
- Todos los tipos de consumo (directo, diferido, VOD, AOD, etc.)
- Todos los tipos de dispositivos (TV, CTV, receptores de radio, ordenador, móvil, tableta, set-top boxes, consolas, etc.)
- Todo tipo de puesto de consumo (dentro y fuera del hogar)
- Datos diferenciados por cadenas, programas, géneros y emisiones

Sobre esta premisa, el servicio debe ofrecer los datos Cross Media de cobertura, de consumo, de audiencia, el perfil de esta audiencia y otros datos que permitan realizar un análisis exhaustivo del comportamiento del usuario en cuanto al consumo de contenidos a través de todos los sistemas de distribución, la afinidad entre sistemas o los momentos de consumo.

Toda solución que se presente debe tener prevista la incorporación de nuevos sistemas de distribución o la exclusión de alguno de los actuales si se da el caso de la aparición de un nuevo sistema que marque tendencia en el mercado o la obsolescencia de alguno de los actuales. En todos los casos se tendrán que detallar todos los sistemas de distribución de los que se pueden facilitar datos, cómo se recolectan y qué sistema se utilizará para incluir otros nuevos o excluir alguno existente.

### **3.1. Propuesta tecnológica y metodológica del servicio: requisitos mínimos exigibles por todas las soluciones**

Los licitadores tendrán que detallar en su propuesta detallada en la memoria técnica general del servicio los requisitos técnicos y funcionales genéricos necesarios que aportan para una solución completa y precisa. Deberán explicitar la metodología de obtención de los datos de medición, indicando los sistemas de recolección de datos y los modelos técnicos para conseguir cada uno de los datos que se piden en este pliego técnico.

A continuación se detallan algunos elementos esenciales que tendrán que recoger las propuestas

#### **3.1.1. Métricas Cross Media**

Las métricas *Cross Media* deben permitir analizar cómo los usuarios interactúan con el contenido en múltiples formatos, desde la televisión o la radio tradicionales, hasta los diferentes medios y plataformas digitales o redes sociales, ya sea en el consumo en directo, en diferido o bajo demanda, aportando una imagen clara y completa de la audiencia de 3Cat en todos los medios en los que sus contenidos están presentes: medio televisión (vídeo), medio radio (audio y vídeo), medios digitales (audio, vídeo, texto y videojuegos), XSS (texto y vídeo) y plataformas externas (plataformas de podcast y Youtube)

Es fundamental que las métricas sean todas las necesarias y se adapten a los patrones cambiantes de consumo para poder tomar decisiones estratégicas informadas, optimizar los contenidos y mejorar la experiencia de usuario.

Son requisitos mínimos y necesarios que tendrán que incluir todas las propuestas:

- Los datos de cobertura de 3Cat (que debe incluir la cobertura global, la cobertura de cada uno de los medios que conforman 3Cat, la cobertura exclusiva de cada medio y la cobertura duplicada entre medios).
- El consumo en minutos del global de 3Cat, así como el consumo en minutos de cada medio
- El perfil de la audiencia (*Cross Media* y para cada sistema de distribución o medio)
- La afinidad entre medios
- El dato *Cross Media* de cobertura y minutos de consumo de los contenidos informativos que incluya el máximo de sistemas de distribución o medios de 3Cat.

Los oferentes pueden añadir otros indicadores que consideren necesarios, explicándolos y concretando su proceso de obtención

### 3.1.2. Criterios de segmentación

La segmentación de audiencias *Cross Media* es esencial para obtener una visión clara y detallada del comportamiento de los usuarios. Al dividir la audiencia en grupos significativos en función de varios criterios, es posible personalizar su contenido, mejorar la experiencia de usuario y asegurar que se llega a la audiencia correcta en el momento adecuado y mediante los dispositivos correctos.

Es requisito mínimo y necesario que las métricas del apartado anterior deben ofrecerse por:

- Cataluña
- Género
- Edad

Los oferentes pueden añadir otros tipos de segmentaciones que consideren necesarias, explicándolas y concretando su proceso de obtención.

### 3.1.3. Visualización, Reporting y Explotación Datos

Con la expansión del consumo de contenidos a través de múltiples plataformas (televisión tradicional, servicios de *streaming*, redes sociales, etc.) es crucial disponer de un sistema robusto que permita no sólo la recopilación de datos de diversas fuentes, sino también la adecuada visualización. La visualización debe ser clara, interactiva y que permita a los usuarios interpretar fácilmente sus métricas. El *reporting* debe facilitar la creación de informes automatizados y

personalizables que puedan integrarse en el proceso de análisis y de toma de decisiones.

La explotación de datos debe tener como objetivo maximizar el valor de la información recopilada, a través de la integración de fuentes múltiples, la segmentación avanzada de audiencias y el uso de herramientas de análisis predictivo.

Estos tres componentes son pilares fundamentales para comprender el comportamiento de las audiencias, detectar tendencias emergentes y optimizar las estrategias de programación en un contexto *Cross Media*.

Los informes con los datos del servicio tendrán diferentes destinatarios dentro de 3Cat: aparte del propio departamento de audiencias, dirección y los diferentes departamentos de producción de contenidos y programación, además del departamento comercial para que pueda llevar a cabo argumentarios de venta, planificaciones y evaluaciones de campañas basadas en datos *Cross Media* para agencias y anunciantes.

Se considerarán requisitos mínimos y necesarios que tendrán que incluir todas las propuestas:

- Una herramienta de reporting que permita la elaboración de informes mensuales con los datos *Cross Media* de 3Cat segmentados por todos los requisitos mínimos mencionados en los puntos anteriores.
- Informes específicos mensuales sobre la audiencia *Cross Media* de los informativos de 3Cat.
- 10 informes Ad Hoc anuales (sin considerar los informativos) que incluyan datos distintos a los que formen parte de los informes mensuales básicos, a convenir con 3Cat.
- Que en todos los casos, los datos mensuales puedan ser agrupados para obtener datos ponderados y equilibrados de:
  - medias mensuales
  - medias anuales
  - acumulados de distintos meses
  - acumulados anuales
- Informes creados específicamente para poder dar respuesta a las necesidades de los citados departamentos con anterioridad y que incluyan informes ejecutivos para la dirección de la Corporació.
- Debe ser en una herramienta de reporting que permita exportar, como mínimo, a Excel y PDF y que incluya siempre la información sobre las segmentaciones utilizadas.
- Que los datos obtenidos con este servicio puedan ser traspasados vía API o similar a otros sistemas internos de la CCMA para poder incluirlos en proyectos de alcance más amplio.

Los ofertantes pueden añadir otros tipos de reporting explicando sus características y ventajas. Se valorarán sistemas dinámicos, de fácil acceso y que puedan ser exportables a otros sistemas distintos a Excel o PDF. También se valorará la diversidad, creatividad y facilidad de uso y visualización de los

informes que es capaz de ofrecer este servicio así como la explicación de su utilidad para el departamento que se hayan concebido.

Se valorará la capacidad de poder generar esta información con mayor granularidad de la mínima requerida llegando a otros géneros diferente al de informativos, programas y emisiones específicas.

### **3.1.4. Plan de formación, requisitos de documentación y soporte**

Los licitadores tendrán que preparar y presentar un Plan de Formación en la metodología, métricas y casos de uso para que los usuarios de 3Cat tengan autonomía y conocimiento de cara a una explotación autónoma de los datos. Esto no eximirá al adjudicatario de la responsabilidad de la prestación del servicio con el apoyo adecuado.

Para facilitar el uso de los datos a los equipos de análisis, producción de contenidos y comercial, será necesario contar con un espacio actualizado que defina con claridad los términos clave y el sistema de uso, y que sea fácilmente accesible para todos los usuarios.

El licitador deberá asegurar también que todo el personal que acceda a los datos de audiencia ha recibido formación adecuada en las políticas de seguridad de la información y las mejores prácticas en el manejo de datos sensibles. La formación debe actualizarse regularmente para asegurar que el personal esté preparado en todo momento para responder ante posibles incidentes de seguridad.

Dentro del servicio del adjudicatario deberá incluirse el soporte técnico para ofrecer ayuda y resolución de incidencias en el uso de las herramientas e instalación mediante teléfono, videoconferencia y/o correo electrónico.

### **3.1.5. Control de calidad y nivel de servicio.**

En el marco del servicio es esencial establecer un conjunto de requerimientos normativos, de seguridad y tratamiento de datos que garanticen el cumplimiento de las normativas vigentes, tales como el RGPD y las regulaciones en materia de seguridad de la información más allá de los requisitos recogidos en el apartado de solvencia técnica.

También es necesario abordar los requerimientos de control de calidad necesarios para asegurar la precisión y consistencia en la medición de audiencias

Los licitadores, en su propuesta detallarán un plan de acción ante incidencias que describa los procedimientos a seguir en caso de problemas técnicos o de seguridad, con especial énfasis en un protocolo de comunicación para notificar y resolver estas incidencias de forma rápida y eficiente. Se valorará la agilidad y simplicidad de estos procedimientos, pero también su eficacia. También se valorará la rapidez prevista en los controles de comunicación para notificar y resolver incidencias, ya sean internas o que afecten a terceros, en su caso.

El licitador deberá cumplir con todas las leyes y regulaciones aplicables en materia de protección de datos, incluida la RGPD, y cualquier normativa que sea de aplicación. Además, el proveedor deberá mantener registros detallados de las políticas de seguridad y controles implementados.

Los licitadores tendrán que presentar un compromiso de nivel de servicio (SLA) que garantice un nivel de calidad del servicio, de respuesta a las incidencias y las diferentes gradaciones de los incumplimientos

### **3.1.6. Protección de datos y requerimientos de seguridad en su tratamiento**

Los licitadores tendrán que garantizar el cumplimiento de los requisitos desarrollados en este apartado en materia de seguridad de la información, alineados con las mejores prácticas de las normas más utilizadas a nivel internacional, para asegurar la protección de los datos gestionados en el servicio de audiencias.

Asimismo, es necesario que el sistema garantice el cumplimiento de las normativas de privacidad, con especial atención al tratamiento de datos sensibles, a datos referentes a menores de edad y la normativa relativa a Inteligencia Artificial si la solución aportada la utilizará

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

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

Todos los datos generados por la implantación del servicio deberán estar disponibles para la CCMA, S. A. durante todo el período de vigencia del contrato.

#### **3.1.6.1. Alcance y Contexto de los Requerimientos de Seguridad**

El licitador deberá establecer y mantener un sistema de gestión de seguridad de la información (SGSI) que garantice la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos tratados. Este sistema debe cubrir todas las fases del tratamiento de los datos, desde la recopilación hasta el almacenamiento, la transmisión y la eliminación.

#### **3.1.6.2. Política de Seguridad de la Información**

El licitador debe tener una política de seguridad de la información documentada, actualizada y accesible a todo el personal. Esta política debe ser revisada de

forma periódica para asegurar su pertinencia. El licitador deberá demostrar su capacidad para implementar esta política de forma efectiva, asegurando que se aplican controles adecuados para la protección de los datos sensibles.

### **3.1.6.3. Gestión de activos de información**

El licitador debe llevar a cabo una identificación exhaustiva y una clasificación de todos los activos de información relacionados con los datos de medida de audiencias. Se implementarán controles que garanticen la adecuada protección de dichos activos, incluidos los datos almacenados en sistemas, dispositivos móviles, entornos en la nube, entre otros. Asimismo, el proveedor será responsable de gestionar de forma segura estos activos durante todo el ciclo de vida que se establece, como mínimo, durante toda la vigencia del contrato resultante de la licitación.

### **3.1.6.4. Control de acceso**

El licitador debe asegurar que sólo el personal autorizado pueda acceder a los datos sensibles. Para ello, deberá establecer controles de autenticación y autorización robustos, asegurando que cada usuario tenga acceso sólo a los datos estrictamente necesarios para el ejercicio de sus funciones.

### **3.1.6.5. Seguridad de las instalaciones y sistemas**

El licitador deberá asegurar que sus sistemas y entornos de procesamiento de datos están protegidos mediante medidas de seguridad física y lógica adecuadas, como la protección de centros de datos, el uso de cortafuegos, sistemas de detección de intrusos y software de protección contra malware. Cualquier acceso no autorizado o incidente de seguridad deberá ser gestionado de forma rápida y eficiente, con planes de recuperación y continuidad del negocio documentados.

### **3.1.6.6. Gestión de Riesgos de Seguridad**

El licitador deberá realizar evaluaciones de riesgos periódicas para identificar, analizar y tratar posibles amenazas que puedan comprometer la seguridad de los datos. Estas evaluaciones deben incluir tanto riesgos tecnológicos como operativos. Se documentarán las medidas de mitigación de riesgos y se establecerá un plan de respuesta ante incidentes que permita abordar cualquier brecha de seguridad que se detecte.

### **3.1.6.7. Protección de Datos durante el Ciclo de Vida**

El licitador deberá implementar medidas que garanticen la protección de los datos en todas las etapas de su ciclo de vida: recopilación, procesamiento, transmisión, almacenamiento y eliminación. Deberá utilizarse cifrado para la

transmisión y almacenamiento de datos sensibles, y asegurarse de que los mecanismos de eliminación de datos sean seguros y respeten las normativas aplicables. Además, será necesario garantizar que los registros del ciclo de vida de los datos estén debidamente documentados.

### **3.1.6.8. Gestión de Proveedores y Terceros**

El licitador debe establecer controles rigurosos para la gestión de cualquier subcontratista o tercero que tenga acceso a los datos de audiencia. Esto incluirá la exigencia de que estos terceros cumplan los mismos estándares de seguridad estipulados en este pliego, debiendo ser auditados periódicamente para verificar su cumplimiento

### **3.1.7. Auditorías del servicio**

El adjudicatario asumirá el coste de la elaboración de una auditoría externa anual general del servicio.

Sin embargo, 3Cat podrá en cualquier momento si lo considera necesario encargar otras externas que verifiquen el cumplimiento normativo y la fiabilidad del servicio. En este caso el coste que no estará contemplado dentro del coste ofertado por el servicio (anexo 4 pliego administrativo) será asumido por 3Cat o la empresa adjudicataria dependiendo del resultado de la misma.

Estas auditorías podrán verificar el continuo cumplimiento de las normativas aplicables en materia de protección de datos, incluido el RGPD, y cualquier normativa que sea de aplicación. También podrán servir para revisar regularmente el acceso a los datos de los usuarios autorizados y garantizar que no haya accesos indebidos

La presentación de una propuesta para el servicio que se licita implica que el adjudicatario está de acuerdo en la realización de estas auditorías técnicas externas y deberá facilitar la información que se le requiera (respetando siempre las normativas de confidencialidad)

## **3.2. Propuesta tecnológica y metodológica diferencial del servicio: variables valorables recogidas en el cuestionario de evaluación**

Adicionalmente las empresas que quieran optar a prestar el servicio que se licita tendrán que informar del grado de cumplimiento de su propuesta con una serie de variables que si bien no son de obligatorio cumplimiento, sí serán valorables para disponer de un servicio lo más completo, robusto y preciso posible

Así, las empresas que quieran optar a prestar el servicio que se licita tendrán que aportar una solución que cumpla con el máximo de requisitos técnicos y funcionales valorables que pide 3Cat.

El grado de cumplimiento con las variables recogidas en el **Anexo 2** y que forman parte del cuestionario de evaluación, medirán la idoneidad y las carencias de la solución presentada

Estos requisitos recogidos en las variables valorables pretenden asegurar que la propuesta permita obtener más datos que los considerados necesarios e imprescindibles para conseguir, de este modo, el máximo de información posible para tomar las mejores decisiones. Se valorará el máximo de información que se pueda obtener, pero también la calidad/coherencia de la misma, la diversidad de opciones de reporting así como el grado de granularidad de los datos que se puedan obtener, entre otros aspectos.

Algunas de las variables valorables más destacables desde la perspectiva del contenido de los datos obtenidos de la audiencia Cross Media son las siguientes:

- Los datos Cross Media de la competencia de 3Cat
  - Cobertura global del consumo de cada grupo
  - Cobertura de cada uno de los medios que lo componen
  - Cobertura exclusiva de cada medio
  - Cobertura duplicada entre medios.
  - Consumo en minutos del global del consumo de cada grupo
  - Consumo en minutos de cada medio que lo componen
  - Momento de consumo
  - Recurrencia
- El seguimiento de la audiencia a través de los distintos sistemas de distribución
  - Por cadenas
  - Por programas
- Contenidos (siempre que sea posible):
  - Géneros aparte de los informativos (ej. documentales, ficción, deportes, infantiles, etc.)
  - Programas (ej. Crímenes, El forastero, Epic Nails, etc.)
  - Emisiones (ej. El Piromusical de la Mercè, La Mataró, etc.)
- Entornos
  - Dispositivos: TV, CTV, radio, ordenadores, teléfonos móviles, tabletas y altavoces inteligentes, set-top-boxes, consolas
  - Plataformas de consumo: preferentemente, la plataforma 3CAT, Youtube y Spotify. Relacionar el resto de plataformas de las que pueden dar datos.
  - Lugar de consumo: dentro o fuera del hogar
- Modalidad consumo
  - Lineal
  - Bajo demanda
    - Antes estreno lineal
    - Diferente
    - Vídeo a la carta (VOD)

- Perfilado Usuarios
  - Zona geográfica
  - Hábitat (tamaño población por habitantes... )
  - Nivel de estudios
  - Lengua
  - Nivel Socioeconómico
  - Empleo
  - Responsable compra del hogar
  - Presencia de niños en el hogar
- Informe:
  - Que los datos se puedan facilitar en una periodicidad inferior a la mensual
    - Semanal
    - Diaria
  - Que los datos se puedan facilitar con una granularidad inferior a la mensual:
    - Semanal
    - Diario
    - Periodo libre (temporada, Navidad, verano, etc.)

En el **Anexo 2** se incluyen todas las variables valorables (90) agrupadas por áreas temáticas.

En Excel con el cuestionario de evaluación se recogen las mismas variables clasificadas también por el grado de prioridad.

### 3.2.1. Clasificación requisitos

Cada requisito o variable se clasifica dentro de una de las tres categorías siguientes: prioridad 1, prioridad 2 y prioridad 3

Los requisitos de prioridad 1 son aquellos que son muy importantes para el cumplimiento de los objetivos establecidos. Su ausencia puede dejar muy corta la efectividad del proyecto.

Los requisitos de prioridad 2 son aquellos que, aunque no son esenciales, aportan un valor significativo y pueden mejorar la calidad o el rendimiento del resultado final.

Los requisitos de prioridad 3, son aquellos que, si bien no son cruciales, pueden ofrecer ventajas competitivas o mejorar la experiencia de usuario.

Esta categorización permite priorizar y organizar los esfuerzos de implementación, asegurando que los recursos se utilizan de forma eficiente y efectiva para alcanzar los objetivos establecidos.

### 3.2.2. Grado de cumplimiento de las variables del cuestionario

El cuestionario de evaluación se basa en una metodología estructurada que permite evaluar y medir varios requisitos en función de su importancia y su relevancia. Cada licitador indicará si su propuesta puede o no aportar cada punto indicado.

- Aporta: La solución del ofertante incluye esta funcionalidad, ya que ha sido probada y ha estado en producción con otros clientes. Dado que estamos hablando de procesos innovadores, en el caso de las metodologías no implementadas, no será necesaria esta condición. En este último caso, el ofertante proveerá una estimación de plazos de implementación. También se podrá considerar que el licitante puede aportarlas si, aunque no esté en funcionamiento en otro cliente, el ofertante tiene este requerimiento en desarrollo. El licitador deberá proveer una estimación de plazos de implementación en caso de que pueda ofrecerlo que no podrá ser superior a 1 año.
- No aporta: El licitador no tiene, ni prevé poder tener esa capacidad en un tiempo inferior a 1 año.

Los licitadores tendrán que cumplimentar un documento Excel con el cuestionario de evaluación de la solución presentada respecto a todos los requisitos o variables consideradas.

En el documento se aportarán las explicaciones mínimas necesarias en el apartado observaciones para hacer comprensibles las puntuaciones de cada variable según los 2 apartados anteriores. Estas explicaciones no eximen ni sustituyen las explicaciones ampliadas que deben incluirse en la memoria técnica específica tal y como se recoge en el apartado H.1.2 del CC del contrato del servicio que se licita, para su evaluación

### 3.2.3 Nuevas funcionalidades, nuevos formatos de contenido y nuevos canales de distribución.

La irrupción de nuevos avances tecnológicos como la Inteligencia Artificial (IA) hace prever que a corto plazo el servicio de medición Cross Media que se licita actualmente pueda necesitar la incorporación de nuevas funcionalidades que aporten valor a las necesidades del departamento de audiencias y que no hayan sido contempladas en la propuesta inicial de los licitadores.

La rápida evolución de la industria de los contenidos, de las redes sociales así como de la tecnología de producción audiovisual y la distribución hace prever que en los próximos años puedan aparecer nuevos formatos y nuevas plataformas a disposición de los usuarios consumidores de contenidos

La CCMA, S. A. y el adjudicatario determinarán qué nuevas funcionalidades, formatos, canales no previstos, etc. en la propuesta inicial del licitador se quieren incorporar al servicio de medida de audiencias y si tienen un coste relevante para modificar el importe adjudicado anual teniendo en cuenta el límite presupuestario fijado para este concepto durante toda la duración de la licitación.

### 3.3 Lengua vehicular

La globalidad del servicio, así como todas las comunicaciones entre el adjudicatario y la CCMA, S. A., las presentaciones, todos los sistemas de reporting y toda la documentación en general que implique elaboración humana y no automática (resúmenes, informes, etc.) se realizarán de forma completa en lengua catalana.

Las comunicaciones entre el adjudicatario y terceros, en caso de que sea necesario según la propuesta tendrán que ser en catalán y en castellano en igualdad de condiciones.

## **4. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO:**

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

El servicio objeto de esta licitación se ofrecerá de forma remota. Algunas reuniones, presentaciones y la formación, se podrán realizar en las instalaciones de la CCMA, S. A. Una persona de la empresa adjudicataria actuará como líder del proyecto o interlocutor con la CCMA, S. A.

Además de la interlocución habitual y necesaria para el buen funcionamiento diario del servicio, el adjudicatario se reunirá con la CCMA, S. A. para realizar seguimiento de la evolución del servicio, de forma virtual o presencial. Este tipo de encuentros se establecen en períodos mínimos de tres meses o siempre que la CCMA, S. A. lo requiera.

El número y composición de los perfiles profesionales asignados al servicio tendrá que tener la continuidad necesaria para asegurar una correcta ejecución del contrato con plenas garantías. Es requisito mínimo e imprescindible que el equipo asignado tenga los conocimientos en las tecnologías, metodologías y herramientas que se consideran críticas para el desarrollo del servicio tal y como se recoge en el anexo 6 del Pliego Administrativo

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

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

El adjudicatario definirá un equipo dedicado a la realización del servicio que asegure la correcta ejecución tanto a la hora de definir el servicio inicial como para las mejoras y nuevas funcionalidades a ser implementadas durante la duración del período licitado.

Características de los perfiles necesarios:

- a) **Responsable de Coordinación general del Servicio:** que actuará de responsable del servicio y de interlocutor directo con 3Cat:
  - Titulación universitaria superior en estadística, matemáticas, física, sociología, marketing, publicidad, periodismo, psicología, comunicación audiovisual tratamiento de bases de datos o equivalentes

- Más de 5 años de experiencia en la gestión y coordinación de proyectos en al menos 2 de los siguientes ámbitos:
    - Estudios sobre consumo de medios, publicidad y evaluación de contenidos en medios de comunicación (televisión, radio o digital)
    - Creación y gestión de paneles online propios.
    - Analítica digital y/o explotación de herramientas de monitorización y análisis de redes sociales
    - Implementación de herramientas de análisis avanzado de datos, de procesamiento y visualización de datos y programas de explotación estadística
  - Conocimiento de las métricas, indicadores y dinámicas y tendencias de las principales metodologías de medición de las audiencias en televisión, radio, OTT y plataformas de redes sociales y comunidades online.
  - Conocimiento básico de catalán
- b) **Responsable de Coordinación tecnológico del Servicio:** que actuará de responsable tecnológico del servicio y de interlocutor directo con 3Cat:
- Titulación universitaria superior en estadística, matemáticas, física, sociología, marketing, publicidad, periodismo, psicología, comunicación audiovisual tratamiento de bases de datos o equivalentes
  - Más de 3 años de experiencia en la gestión y coordinación de proyectos en al menos 2 de los siguientes ámbitos:
    - i. Estudios sobre consumo de medios, publicidad y evaluación de contenidos en medios de comunicación (televisión, radio o digital)
    - ii. Creación y gestión de paneles online propios.
    - iii. Analítica digital y/o explotación de herramientas de monitorización y análisis de redes sociales
    - iv. Implementación de herramientas de análisis avanzado de datos, de procesamiento y visualización de datos y programas de explotación estadística
  - Conocimiento de las métricas, indicadores y dinámicas y tendencias de las principales metodologías de medición de las audiencias en televisión, radio, OTT y plataformas de redes sociales y comunidades online.
  - Conocimiento básico de catalán
- c) **Analistas de datos o especialistas en análisis de audiencias de medios de comunicación**
- Titulación universitaria superior en estadística, matemáticas, física, sociología, marketing, publicidad, periodismo, psicología, comunicación audiovisual tratamiento de bases de datos o equivalentes
  - Más de 2 años de experiencia en el desarrollo de proyectos en al menos 2 de los siguientes ámbitos, siendo uno de ellos el iii o el iv
    - i. Estudios sobre consumo de medios, publicidad y evaluación de contenidos en medios de comunicación (televisión, radio o digital)

- ii. Creación y gestión de paneles online propios.
  - iii. Analítica digital y/o explotación de herramientas de monitorización y análisis de redes sociales
  - iv. Experiencia con herramientas de análisis avanzado de datos, de procesamiento y visualización de datos y programas de explotación estadística.
  - Conocimiento de las métricas, indicadores y dinámicas y tendencias de las principales metodologías de medida de las audiencias en televisión, radio, OTT y plataformas de redes sociales y comunidades online
- La acreditación de esta experiencia y conocimientos se hará tal y como se recoge en el **Anexo 6** del CC del contrato del servicio

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

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

Si el adjudicatario modifica la composición de los equipos deberá notificarlo previamente a la CCMA, S. A. y deberá igualar, como mínimo, los requerimientos definidos en el presente pliego.

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

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

## 4.2 Equipamiento e infraestructura

El servicio se prestará desde las dependencias del adjudicatario excepto cuando se realicen reuniones presenciales puntuales tal y como se recoge en el punto 5.2

La empresa adjudicataria será responsable de proporcionar el equipamiento necesario para la prestación del servicio. El licitador deberá hacerse cargo de la infraestructura, puesto de trabajo, hardware y software necesarios con sus licencias para realizar correctamente el servicio.

Los gastos de producción derivados de la ejecución del servicio, tales como desplazamientos, serán a cargo del adjudicatario y estarán incluidos dentro de los costes previstos en la oferta presentada según se recoge en el **Anexo 4** del CC del contrato del servicio.

## 5. GOBERNANZA Y SEGUIMIENTO DEL SERVICIO

### 5.1 Gestión y seguimiento del servicio

La empresa adjudicataria actuará como jefe de proyecto y ofrecerá a las personas que interlocutarán con el departamento responsable del servicio en la CCMA, S. A. que en este caso será el responsable del servicio de audiencias de 3Cat para centralizar la

interlocución y facilitar la gestión y la continuidad necesarias para asegurar una correcta ejecución del contrato.

El adjudicatario asignará los coordinadores que se recogen en el **Anexo 7**, siendo el coordinador del servicio quien será el interlocutor principal y responsable de realizar el seguimiento de los trabajos asignados y de velar por la correcta ejecución del trabajo.

## 5.2 Ubicación del servicio

La prestación del servicio se realizará en las instalaciones del adjudicatario, excepto aquellas reuniones definidas como presenciales que se desarrollarán en las instalaciones de 3Cat o en las del adjudicatario, dependiendo de las características de la reunión.

## 5.3 Acuerdos de servicio y penalizaciones

De acuerdo con el compromiso del nivel de servicio (SLA) presentado por el adjudicatario se definirán las incidencias en la ejecución del servicio de acuerdo con lo siguiente:

- a) Incidencias generales: en referencia a la relación entre el adjudicatario y el responsable de audiencias digitales se consideran como faltas leves las siguientes:
  - La no asistencia a una reunión presencial o telemática sin previo aviso
  - Un retraso de más de 24 horas por parte del adjudicatario al responder un correo o mensaje telemático por parte de su interlocutor de 3Cat en el horario de oficina de 9 a 18h de lunes a viernes en días laborables en Cataluña
- b) Incidencias específicas del servicio: el SLA presentado por el adjudicatario definirá las incidencias leves y graves de prestación del servicio

El responsable del servicio por parte de la CCMA, S. A. tendrá como responsabilidad realizar un seguimiento de estas incidencias. Cada incidencia leve contará 1 punto y las incidencias graves 3 puntos.

Si el indicador de incidencias de servicio iguala o supera los 3 puntos acumulados en un mismo mes natural, la CCMA, S. A. aplicará las siguientes penalizaciones, según corresponda:

- c) Entre 3 y 5 puntos: se aplicará un 10% de reducción en el importe proporcional de ese mes a facturar
- d) Entre 6 y 9 puntos: se aplicará un 15% de reducción en el importe proporcional de ese mes a facturar

- e) Si el indicador de incidencias iguala o supera los 10 puntos acumulados en el mismo mes natural, la CCMA, S. A. se reserva el derecho a rescindir el contrato

## **6. REUNIÓN INFORMATIVA**

Las empresas interesadas en participar en la licitación podrán asistir a una reunión informativa preparatoria en las instalaciones de CCMA, S. A. en la sede de la televisión en Sant Joan Despí.

A tal efecto, tendrán que confirmar, por correo electrónico y antes del 12 de diciembre de 2026 a las 13:00 horas, su asistencia a la dirección:

[administracioiserveiscompres@3cat.cat](mailto:administracioisserveiscompres@3cat.cat)

indicando en el asunto del correo: CPO 2512OB01 visita a las instalaciones.

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

La reunión informativa tendrá lugar el día 15 de diciembre de 2026 a las 09:30 horas en las instalaciones de televisión de la CCMA, S. A. en Sant Joan Despí, en la calle Oriol Martorell número 1.

La reunión informativa preparatoria será con todas las empresas interesadas al mismo tiempo. En la sesión presencial se resolverán las dudas que tengan los licitadores.

## **7. REUNIÓN DE PRESENTACIÓN Y DEFENSA DE LA PROPUESTA**

Las empresas que hayan licitado tendrán que asistir, por separado, a una reunión de presentación y defensa de su propuesta en las instalaciones de la CCMA, S. A. en la sede de la televisión en Sant Joan Despí.

De acuerdo con lo que se recoge en el **Anexo 7** del pliego de cláusulas administrativas, los licitadores recibirán una cita por correo electrónico.

La presentación deberá ir a cargo de las personas que el licitador proponga en el **Anexo 7**. Las personas a cargo de la presentación tendrán que ser las que el licitador haya asignado en la propuesta como coordinadores durante la prestación del servicio. La empresa licitadora debe facilitar los contactos necesarios para la convocatoria de esta sesión tal y como se detalla en el **Anexo 7**.

La presentación se hará en las instalaciones de la CCMA, S. A. o de forma telemática en caso de que el licitador justifique su imposibilidad de hacer la reunión presencialmente. Se valorará el perfil de las personas presentadas como coordinadores del servicio, el dominio tanto conceptual como técnico en cada uno de los ámbitos de aplicación de las personas presentadas como coordinadoras del servicio, así como su capacidad de resolver dudas durante la presentación y adecuar el registro y vocabulario al interlocutor. También se valorará su experiencia profesional en los ámbitos de aplicación de su perfil dentro del servicio.

La presentación se podrá realizar tanto en catalán como en castellano y tendrá una extensión limitada en duración.

Una vez presentada la defensa del proyecto, si a requerimiento de 3Cat se solicitan correcciones o matizaciones en los documentos presentados, el licitador dispondrá de una semana para volver a enviar la propuesta con estos ajustes a la misma.

Sant Joan Despí, diciembre de 2025

## ANEXO 1 Inventario fuentes de datos actuales de medida de audiencia de 3Cat que se pondrán al servicio del adjudicatario del servicio

Adjuntamos el inventario de las fuentes de datos internas o externas de medida de audiencia de 3Cat de los diferentes medios que se pondrán al servicio del adjudicatario con una breve explicación de cada una:

- **Medio TV**

- **Instar Analytics (KANTAR)**

Datos de consumo de televisión lineal y en diferido medidos a partir de un panel. Se podrá disponer de los datos publicados por el medidor KANTAR y, si fuera necesario, de los datos detallados del consumo de cada panelista

- **Jurado de espectadores (GFK)**

Datos sobre la valoración de los programas de TV y contenidos OTT por parte de un panel de espectadores.

- **BIG DATA TDT (PROPIA)**

Datos censales del consumo de TV lineal por parte de los dispositivos de TV conectados con tecnología HbbTV. Se miden únicamente los canales propiedad de 3Cat.

- **Medio Radio**

- **EGM (AIMC)**

Datos detallados de las diversas oleadas del Estudio General de Medios a partir de las encuestas realizadas. Existen datos específicos del consumo de radio a nivel de grupo, emisora y programa.

- **Stream2 (AIMC/ODEC)**

Datos censales del consumo de radio lineal por Internet de las principales emisoras.

- **Medios Digitales**

- **Adobe Analytics**

Datos censales de la navegación y el consumo audiovisual en los medios digitales de 3Cat. Se pueden obtener datos con la máxima granularidad o datos agregados.

- **BIG DATA IP**

Datos censales del consumo audiovisual de los medios digitales de 3Cat. Se pueden obtener datos con la máxima granularidad o datos agregados.

- 

- **Chartbeat**

Datos censales en tiempo real de la navegación de los usuarios en los medios digitales de 3Cat.

- **Comscore**

Publicación de datos mensuales de mercado (3Cat y competidores) resultado de la hibridación de los datos censales de cada medio con los datos del panel de Comscore, que mide el comportamiento digital de los usuarios.

- **Similarweb**  
Datos agregados del comportamiento y navegación web de los usuarios de internet en España. Permite comparar indicadores de audiencia entre cualquier medio.
- **OJD**  
Datos censales agregados de los medios digitales auditados por OJD en España.
- **Redes sociales**
  - **Emplifi**  
Datos agregados sobre el impacto de los contenidos publicados por cada medio en las redes sociales. Permite obtener datos de los medios de 3Cat y de los principales competidores.
- **Plataformas externas (podcast y vídeo)**
  - **Spotify**  
Datos censales agregados sobre el consumo de contenidos de 3Cat en la plataforma de podcast Spotify.
  - **Apple Podcast**  
Datos censales agregados sobre el consumo de contenidos de 3Cat en la plataforma Appole Podcast.
  - **iVoox**  
Datos censales agregados sobre el consumo de contenidos de 3Cat en la plataforma de podcast iVoox.
  - **Youtube Analytics**  
Datos censales agregados sobre el consumo de contenidos de 3Cat en la plataforma Youtube.
- **Mediciones Cross Media**
  - **EGM Multimedia**  
Datos del consumo de todos los medios (TV, radio, digital, etc.) de las diversas oleadas del Estudio General de Medios a partir de las encuestas realizadas.
  - **CMAM (KANTAR)**  
Datos agregados del consumo cross-media de contenidos televisivos tanto en la televisión lineal como en los medios digitales de 3Cat.
  - **Cross-Platform View (KANTAR)**  
Datos agregados mensuales de la cobertura y consumo de las principales plataformas OTT en España.
  - **Marcas AIMC**  
Datos de consumo de productos y hábitos ligados con datos de consumo de medios

## **ANEXO 2 Cuestionario evaluación solución medida Crossmedia: variables valorables.**

El licitador deberá cumplimentar el cuestionario Excel que se pondrá a disposición de los interesados.

Así, el licitador para cada variable indicará si su solución aportada diferencial incluye el servicio o funcionalidad recogida en la variable tal y como está descrita en el cuestionario.

Las variables que se proponen para valorar se recogen a continuación agrupadas por áreas temáticas.

### **A. Requisitos técnicos**

1. Audiencia *Cross Media* del contenido audiovisual de la competencia de 3Cat
2. Cobertura *Cross Media* del contenido audiovisual de la competencia de 3Cat
3. Cobertura de cada medio de la competencia de 3Cat
4. Cobertura exclusiva de cada medio de la competencia de 3Cat
5. Cobertura duplicada entre los medios que conforman los grupos audiovisuales de la competencia de 3Cat
6. Consumo de cada grupo audiovisual de la competencia de 3Cat
7. Dos subvariables
  - a. Consumo de cada medio de la competencia de 3Cat
  - b. Momento de consumo de cada medio de 3Cat
8. Dos subvariables
  - a. Momento de consumo de cada medio de la competencia de 3Cat
  - b. Recurrencia de cada medio de 3Cat
9. Recurrencia de cada medio de la competencia de 3Cat
10. Cobertura de los programas de 3Cat
11. Cobertura de los programas de la competencia de 3Cat
12. Cobertura exclusiva de los programas de 3Cat
13. Cobertura exclusiva de los programas de la competencia de 3Cat
14. Cobertura duplicada entre los programas de 3Cat
15. Cobertura duplicada entre los programas de la competencia de 3Cat
16. Consumo de los programas de 3Cat
17. Consumo de los programas de la competencia de 3Cat
18. Momento de consumo de los programas de 3Cat
19. Momento de consumo de los programas de la competencia de 3Cat
20. Recurrencia de los programas de 3Cat
21. Recurrencia de los programas de la competencia de 3Cat
22. Cobertura de las transmisiones de 3Cat
23. Cobertura exclusiva de las transmisiones de 3Cat
24. Cobertura duplicada de las transmisiones de 3Cat
25. Consumo de emisiones de 3Cat
26. Recolección de datos en tiempo real
27. Análisis predictivo y *machine learning*

### **B. Requisitos de documentación y soporte**

28. Documentación del proyecto
29. Informe de propuestas
30. Nuevos canales o cambios importantes

### C. Requisitos funcionales

31. Segmentación del análisis de consumo de vídeo de 3Cat
  - a. Antes del lineal
  - b. En diferido
  - c. A demanda
32. Segmentación del análisis de consumo de vídeo de la competencia de 3Cat
  - a. Antes del lineal
  - b. En diferido
  - c. A demanda
33. Segmentación del análisis de consumo de audio de 3Cat
  - a. Antes del lineal
  - b. En diferido
  - c. A demanda
34. Segmentación del análisis de consumo no lineal de audio de la competencia de 3Cat
  - a. Antes del lineal
  - b. En diferido
  - c. A demanda
35. Segmentación avanzada de audiencias

### D. Recolección de datos multiplataforma

36. TV lineal
37. Aplicaciones móviles
38. Radio lineal
39. Plataformas OTT
40. Redes sociales
41. Sitios web
42. Videojuegos
43. *Media journeys*

### E. Alcance de la medida

44. Alcance total (*Unique Reach*) y por medio/plataforma
45. Frecuencia de exposición
46. Impresión
47. Tiempo medio de visualización
48. Ponderación del tiempo de consumo
49. Visualizaciones
50. Crecimiento de audiencia
51. Recurrencia
52. Dispositivos utilizados
53. Comportamiento *Cross Media*
54. Finalización de contenido
55. Audiencia media/usuarios activos
56. Otras métricas propuestas por el licitador

#### F. Variables sociodemográficas

- 57. Zona geográfica
- 58. Hábitat
- 59. Nivel de estudios
- 60. Lengua
- 61. Nivel socioeconómico
- 62. Empleo
- 63. Responsable de compra en el hogar
- 64. Presencia de niños en el hogar
- 65. Lugar de consumo

#### G. Variables de comportamiento

- 66. Frecuencia de consumo
- 67. Preferencia del medio utilizado
- 68. Tipo de dispositivo
- 69. Intereses
- 70. Interacción con el contenido

#### H. Visualización, informe y explotación de datos

- 71. Segmentación de audiencia
- 72. Informes personalizables
- 73. *Dashboard* interactivo
- 74. Métricas personalizables
- 75. Acceso a través de API
- 76. Comparación de métricas
- 77. Guardado de plantillas

#### I. Cumplimiento normativo y requisitos de seguridad

- 78. Cifrado de datos
- 79. Evaluación de impacto de privacidad
- 80. Transferencia de la información histórica

#### J. Control de calidad

- 81. Monitorización de calidad de datos
- 82. Indicadores clave de rendimiento (KPI)

#### K. Diccionario Cross Media

- 83. Definición de términos

- 84. Actualización continua
- 85. Categorías y clasificación
- 86. Búsqueda rápida

#### L. Wiki

- 87. Repositorio centralizado
- 88. Control de calidad
- 89. Navegación intuitiva
- 90. Funcionalidad de búsqueda