

**ADQUISICIÓN DE LICENCIAS EN MODO SERVICIO DE UNA PLATAFORMA CRM EN LA
NUBE**

EXP. 19/277 - 2000015211

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

ÍNDICE

1. OBJETO DEL SERVICIO.....	3
2. ANTECEDENTES	4
2.1. QUIÉN ES IFEMA	4
2.2. ORGANIZACIÓN DE IFEMA	5
2.3. TIPOLOGÍA DE PRODUCTOS	8
2.4. TIPOLOGÍA DE CLIENTES	9
2.5. ÁMBITOS FUNCIONALES	11
2.5.1. VENTAS.....	11
2.5.2. COMERCIO ELECTRÓNICO	14
2.5.3. MARKETING	16
2.5.4. ATENCIÓN AL CLIENTE	17
2.6. ARQUITECTURA TECNOLÓGICA	18
3. DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DEL SERVICIO	19
4. REQUISITOS TÉCNICOS DE LA PLATAFORMA.....	20
4.1. CRITERIOS TÉCNICOS MÍNIMOS.....	21
5. PLAZOS DEL SERVICIO	26
6. ACUERDOS DE NIVEL DE SERVICIO	28
7. DOCUMENTACIÓN TÉCNICA A APORTAR EN EL SOBRE Nº2.....	29
ANEXO PARA CONTRATOS DE BIENES Y SERVICIOS CON ELEMENTOS RELACIONADOS CON TI.....	31

1. OBJETO DEL SERVICIO

El objeto del servicio es la adquisición de licencias en modalidad SaaS (Software as a Service) de una **plataforma CRM** (*Customer Relationship Management*) en la nube que cubra el ciclo completo de la experiencia de cliente de IFEMA, incluyendo una solución de integración que permita centralizar y gestionar la comunicación del CRM con el resto de los sistemas de IFEMA. Todo ello sin concesiones en materias de seguridad de la información, conformidad a normativas y calidad de la solución.

La plataforma será una **solución única y estándar de mercado** que cubra la totalidad de las necesidades y requerimientos detallados en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas, permitiendo así dar respuesta al modelo comercial y de relación con el cliente de IFEMA.

2. ANTECEDENTES

IFEMA tiene como objetivo estratégico mejorar la relación y gestión actual con todos sus clientes y potenciar su proceso comercial. Por ello, ha decidido incluir en su plan de transformación la implantación de un nuevo sistema CRM que sustituirá a la solución actual.

Los principales objetivos que se plantea IFEMA a través de esta implantación son los siguientes:

- Alinear la visión estratégica de la compañía en su marco de crecimiento, con la propuesta de valor en términos de:
 - Experiencia
 - Capacidad de capturar el dato relevante en cualquier punto del *journey*
 - Impactar de forma relevante a los diferentes targets
 - Traccionar la demanda a través de acciones de carácter proactivo durante todo el ciclo de vida del cliente
- Disponer de la información global e integral asociada a sus clientes, establecidos en función de la tipificación que se explicará en detalle en el documento.
- Mejorar el proceso de captación y atención a clientes
- Proporcionar un mayor control y visibilidad sobre la actividad de los clientes
- Planificación y registro de la actividad comercial
- Seguimiento de oportunidades durante el proceso de captación
- Integración con los sistemas internos con información asociada al cliente
- Integrar la información con sistemas terceros en tiempo real
- Unificar la gestión de los procesos comerciales y de campañas
- Automatizar los procesos actuales de captación y de gestión de campañas comerciales, ofreciendo a los usuarios un sistema para realizar la gestión de los procesos comerciales y de campañas de una manera eficiente y rápida, usando una interfaz atractiva e intuitiva
- Facilitar el acceso a la información, actualizada en tiempo real, a todas las personas implicadas en la atención al cliente
- Atención al cliente de manera omnicanal
- Definición e implementación de las mejores prácticas en *journeys* de cliente y generación / tracción de demanda
- Normalización, almacenamiento y explotación de la información derivada de la propia operativa comercial de IFEMA que permita una explotación de los diferentes datos obtenidos
- Herramientas de control y reporting para facilitar la actividad comercial

2.1. QUIÉN ES IFEMA

IFEMA es la Institución Ferial de Madrid. Su experiencia a lo largo de 40 años como organizador ferial le sitúa como primer operador de España, y uno de los más importantes de Europa.

Desde su constitución en 1979 hasta nuestros días, IFEMA ha experimentado un crecimiento y expansión vertiginosos, prestando una completa y amplia variedad de productos y servicios a los distintos sectores económicos. En ese sentido, IFEMA ha multiplicado y diversificado sus actividades, productos, clientes y servicios.

La actividad de IFEMA se centra en la organización de certámenes comerciales relacionados con los diferentes sectores económicos, así como en la gestión de sus espacios e infraestructuras para la realización de toda clase de actividades: desde ferias organizadas por terceros, a convenciones, congresos y cualquier tipo de reunión o evento. Entre sus principales compromisos se sitúan generar riqueza y desarrollo para la Región y promocionar y proyectar la imagen de Madrid dentro y fuera de nuestras fronteras.

2.2. ORGANIZACIÓN DE IFEMA

Se recogen a continuación a modo orientativo las principales áreas organizativas de IFEMA involucradas en los procesos comerciales y de gestión de clientes.

- **Dirección de Negocio Ferial.** Dirección encargada de dirigir y supervisar la gestión de los Grupos Feriales, alineando una estrategia común a los equipos comerciales de ferias.
 - **Grupos Feriales.** Son las direcciones responsables de la gestión integral de las ferias organizadas por Ifema – denominadas “ferias propias” –, así como de su resultado económico. Su responsabilidad es crear el proyecto de feria de acuerdo con las necesidades y oportunidades del mercado y coordinar con el resto de la casa todas las tareas organizativas necesarias (planificación, marketing, comunicación, producción, etc.). Los grupos feriales son los responsables directos de la comercialización en lo que se refiere a la consecución de la participación de expositores y visitantes y también gestionan todas las actividades que se organizan dentro de cada feria (conferencias, encuentros de negocio, premios, etc.). Cada Grupo Ferial tiene a su cargo varias ferias, existiendo en la actualidad 8 Grupos Feriales.

- **Dirección de Desarrollo de Negocio**
 - **Dirección de Convenciones.**

Dirección encargada de la captación y gestión de convenciones, congresos, actos varios (juntas de accionistas, ceremonias de graduación, rodajes cinematográficos, etc.) y de ferias no organizadas por IFEMA (llamadas “ferias externas”), pero que se celebran en sus instalaciones. La Dirección de Convenciones comercializa para estos propósitos, las salas y pabellones del Recinto Ferial y del Palacio Municipal de Congresos, es responsable de la captación del cliente que decide organizar sus actos en las instalaciones de IFEMA y gestiona con el cliente, en coordinación con el resto de la organización, la intervención de IFEMA en la producción de estos eventos.

- **Dirección de Ferias de Público y Eventos de Ocio.**

Área encargada de la captación y gestión de los eventos de ocio (conciertos, exposiciones, etc.) que son de organización externa y se celebran en espacios de IFEMA, y de algunas ferias que son organizadas o co-organizadas por IFEMA y que están dirigidas al público general. En la primera tarea (eventos de ocio), funciona de modo similar a la dirección de Convenciones arriba descrita y en la segunda (ferias de público), de modo similar a un grupo ferial.
- **Dirección de Expansión Internacional**

Sus funciones principales son:

 - Potenciar la actividad internacional de IFEMA, desarrollando aquellos proyectos feriales que, desde España, puedan exportarse al extranjero
 - Conocer los mercados feriales internacionales para identificar los de mayor oportunidad de negocio para IFEMA
 - Supervisar las delegaciones internacionales y los programas de becarios de comercio exterior
 - Participar en la estrategia comercial a nivel internacional
 - Gestión y coordinación de los Programas de Compradores Internacionales de las distintas ferias
- **Dirección de Comunicación y Marketing**
 - **Dirección de Comunicación y Prensa.** Encargado de la estrategia de comunicación y de relación con los medios de comunicación, tanto a nivel corporativo (institucional) como a nivel de ferias.
 - **Dirección de Marketing y Estrategia Digital.** Encargado de las áreas de Medios, Online, Estrategia Digital y Producción.
 - **Dirección de Relaciones Externas.** Encargado de las relaciones institucionales, protocolo y servicio de azafatas.
 - **Departamento de Patrocinios.** Soporte en la búsqueda de patrocinios para las ferias y eventos.
- **Dirección Económico-Financiera y de Infraestructuras**
 - **Dirección de Servicios Feriales.** Dirección encargada de la producción ferial a través de las siguientes áreas:
 - **Servicio a Pabellones:** Preparación de la infraestructura, montaje, celebración y desmontaje en todos los actos feriales y no feriales en coordinación con los Grupos Feriales y demás Direcciones Centrales. Seguimiento de la prestación de servicios solicitados por los expositores. Relación con empresas montadoras y otros proveedores de servicios. Concesión de permisos de entrada a expositores.

- **Actividades:** Supervisión, responsabilidad y control del servicio de guardarropía. Preparación, montaje y desmontaje de salas para el desarrollo de actos de la Dirección de Convenciones y Grupos Feriales.
- **Secretaría Técnica:** Realiza labores de soporte técnico, revisando los proyectos de montaje de stands y resolución de los problemas de carácter técnico que se producen durante la actividad ferial. Asimismo, lleva a cabo labores de Atención al Cliente, tales como información y resolución de problemas al expositor en cualquiera de las fases de la actividad ferial (montaje, celebración y desmontaje), y a visitantes (servicio de objetos perdidos).
- **Diseño Ferial:** Diseño de las superficies de los pabellones que se comercializan y aspectos técnicos relacionados con la delineación, así como proyectos de decoración.

Contact Center

Adicionalmente a la estructura interna de IFEMA, la organización cuenta con un servicio externalizado de Contact Center multicanal, cuyos usuarios también trabajarán sobre la plataforma CRM.

El Contact Center de IFEMA ha de entenderse como una unidad multicanal de procesos de atención telefónica, gestión de emails, click to Call, chat y emisión de llamadas, integrados bajo una misma herramienta de gestión de contactos, que permite la gestión de las diferentes tipologías de clientes en función de su perfil y de la información necesaria para su gestión.

La misión fundamental del Contact Center en IFEMA es realizar una atención multicanal a expositores, visitantes, montadores, proveedores, agencias, periodistas y a otros agentes con los que IFEMA interactúa.

Asimismo, es misión del Contact Center de IFEMA utilizar el canal telefónico para realizar campañas comerciales, de información o de validación de información para cualquier departamento interno de IFEMA con el fin que éste determine.

Algunos ejemplos de los ámbitos de trabajo comúnmente gestionados por el Contact Center son:

- Información general relacionada con la celebración de las ferias y eventos del recinto.
- Información relativa a procesos administrativos, técnicos o comerciales.
- Información y soporte a las aplicaciones de Zona de Expositores (varias herramientas on line mediante las cuales los expositores gestionan una parte significativa de los procesos relativos a su participación).
- Tratamiento y envío de documentos tanto a clientes como a departamentos de IFEMA.

- Contactos con clientes mediante llamadas salientes para informaciones específicas.
- Filtro de la llamada de los clientes y transferencia telefónica de la llamada al departamento de IFEMA responsable de su resolución.
- Comunicación y asignación de tareas diferidas a los departamentos de IFEMA.
- Apoyo al prerregistro de visitantes u otras herramientas on line que IFEMA pueda poner a disposición de estos clientes.
- Tareas administrativas básicas, relacionadas con los procesos mencionados, que IFEMA considere oportuno.
- Gestión de correos electrónicos
- Mantenimiento de la información de los clientes a través de aplicaciones proporcionadas por IFEMA sobre las fuentes de datos de IFEMA.
- Comercialización y asesoramiento sobre servicios que puedan necesitar los expositores.
- Información y promoción de ferias.

2.3. TIPOLOGÍA DE PRODUCTOS

Los productos que comercializa IFEMA pueden agruparse en dos grandes bloques:

- **Espacios.** Alquiler de espacios en las instalaciones de IFEMA para la celebración de ferias o eventos. Esta acción comercial se subdivide en 2 modalidades:
 - Espacio para ubicar una empresa dentro de una feria organizada por IFEMA; el cliente solicita participar en la feria y posteriormente IFEMA le adjudica su espacio físico dentro de la misma, para ubicar su “stand”. IFEMA realiza las particiones de los espacios dentro del/de los pabellón/es utilizados para la feria.
 - Espacio para localizar una actividad en las instalaciones de IFEMA. El cliente alquila pabellón/es, sala/s, plaza/s ...y ubica allí su actividad (feria externa, concierto, junta de accionistas, etc.)
- **Servicios.** Provisión de servicios adicionales al espacio, los cuales se pueden categorizar en:
 - Stands modulares y accesorios
 - Stands de diseño libre
 - Electricidad y acometidas
 - Agua y aire comprimido
 - Decoración gráfica
 - Electricidad diseño libre
 - Telecomunicaciones
 - Limpieza
 - Puntos de cuelgue
 - Mobiliario y complementos
 - Audiovisuales e informática
 - Promoción y publicidad
 - Servicios complementarios (Aparcamiento, Azafatas, Seguros, etc.)

Estos productos se comercializan a través de diferentes tipos de ferias y eventos, que procedemos a describir.

Tipo	Descripción	Áreas comerciales involucradas
Ferias y eventos propios	<p>Las ferias propias son aquellas que diseña, organiza y comercializa IFEMA. En algunas de ellas existe la figura de un co-organizador externo.</p> <p>Actualmente suponen la mayor parte de la actividad comercial de la institución.</p> <p>Anualmente IFEMA celebra más de 50 ferias propias.</p> <p>IFEMA también organiza algún evento como por ejemplo Pasarelas de Moda</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos Feriales • Servicios y Experiencia de Cliente • Departamento de Patrocinios • Área Eventos de Ocio y Ferias de público
Ferias y eventos externos	<p>Ferias o eventos que son gestionados por un organizador externo.</p> <p>Dentro de esta tipología se incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenciones: Eventos privados y corporativos tales como convenciones, graduaciones, juntas de accionistas, conferencias, exámenes o filmaciones. • Congresos: Congresos, con o sin exposición, llevados a cabo por parte de asociaciones u otras entidades. • Ferias externas: Ferias organizadas por un promotor externo a IFEMA. • Eventos de Ocio: Conciertos, espectáculos, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de Convenciones • Dirección de ferias de público y eventos de ocio • Servicios y Experiencia de Cliente
Ferias y eventos internacionales	<p>Ferias organizadas por IFEMA con convocatorias en diferentes países fuera de España.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de expansión internacional

2.4. TIPOLOGÍA DE CLIENTES

IFEMA cuenta con diversos tipos de clientes y actores con los que se relaciona comercialmente, los cuales se describen a continuación a modo orientativo.

Tipología	Descripción
-----------	-------------

Expositores	<p>Se pueden categorizar en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expositor de feria propia: cliente que alquilan un espacio y contratan servicios adicionales en los pabellones de una feria organizada por IFEMA, para exponer sus productos y/o servicios. • Co-expositor: cliente de feria propia que comparte el espacio contratado por un expositor, con el mismo fin que éste. • Expositor de feria externa: cliente que participa en ferias organizadas por un organizador externo.
Visitantes	<p>Se pueden categorizar en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitantes profesionales: visitante de una feria con interés profesional en la temática y expositores de la feria (sector, producto/servicio, etc.). • Visitantes de público general: visitantes de una feria o evento abierto al público general.
Montador / Agencia	<p>Empresa externa encargada de realizar el montaje y desmontaje de los stands en los pabellones para la realización de una feria o evento. Con estas empresas se mantiene contacto comercial para la contratación de servicios adicionales (p.ej. puntos de toma de corriente).</p>
Organizadores externos	<p>Empresa organizadora que alquila un espacio a IFEMA para organizar una feria o evento externo.</p>
Coorganizador	<p>Entidad que organiza de forma conjunta con IFEMA una feria o evento externo.</p>
Patrocinadores	<p>Entidad que patrocina o co-patrocina una feria o evento organizado por IFEMA en su todo o en una parte concreta del mismo. Un mismo evento o feria puede tener múltiples patrocinadores.</p>
Participante en actividad	<p>Persona que participa en una actividad en el marco de un evento o feria propia.</p>
Ponentes	<p>Persona de carácter profesional que realiza una exposición sobre una temática específica en el marco de una feria o evento.</p>
Comité organizador	<p>Las ferias propias de IFEMA tienen un “Comité Organizador” – órgano externo cuya función es consultiva y representativa - donde se encuentran representados los principales actores de la oferta y la demanda, en ocasiones también de las instituciones, del sector al que sirve la feria. Con este Comité se mantienen reuniones tanto de forma</p>

	previa a la celebración de la feria, como posteriormente.
Comisionista	Actor ajeno a IFEMA que confirma una colaboración para la consecución de expositores u otras tipologías de clientes de interés, para ferias propias o externas, y al que se retribuye a comisión.
Delegaciones internacionales	Grupo internacional compuesto por delegados asociados a IFEMA para la consecución de expositores u otras tipologías de clientes de interés, para ferias propias o externas, y al que se les retribuye de forma fija o a comisión.
Medios de comunicación	Empresas y profesionales de comunicación (periodistas, medios online, prensa, canales de televisión, etc.) que se encargan de hacer la cobertura de las diferentes ferias y eventos que se realizan en IFEMA.

2.5. ÁMBITOS FUNCIONALES

Se describen a continuación los principales ámbitos funcionales de IFEMA involucrados en los procesos comerciales y de gestión de clientes.

2.5.1. VENTAS

IFEMA tiene como estrategia para los próximos años consolidarse como un **proveedor integral de servicios** para sus clientes. Esto supone alinear a la organización, sus productos y servicios, sus procesos y sus sistemas para conjugar la actividad comercial alrededor del alquiler de espacio con la venta de la mayor parte de los servicios que sus clientes pueden requerir.

En el ámbito de los eventos de organización propia, esta estrategia implica que el CRM debe convertirse en una herramienta facilitadora de que el proceso comercial sea integral para sus expositores, pasando de la venta de participación a la venta de servicios adicionales de manera fluida y con una visión global de la actividad y las necesidades de los clientes.

En el ámbito de los organizadores a los que IFEMA alquila espacio en sus recintos, el ser un proveedor integral de servicios implica coordinar la actividad propia con la de *partners* estratégicos de determinados servicios, que deben incorporarse a los procesos comerciales gestionados por el CRM de manera transparente para los clientes.

Las principales tareas que se realizan son las siguientes:

- Prospección del mercado en cada una de las áreas de negocio e identificación de oportunidades comerciales.
- Elaboración de propuestas de alquiler de espacio en IFEMA, incluyendo una estimación del área a ocupar por el cliente y un cálculo del presupuesto.

- Seguimiento de la oportunidad hasta su cierre, interactuando con el cliente y con los distintos interlocutores implicados en la organización de la feria o evento.
- Revisión de planos y distribuciones propuestas por el cliente.
- Asignación de forma gráfica en el plano de cada feria/evento los espacios reservados y adjudicados a cada cliente.
- Cierre de la oportunidad, elaboración y firma del contrato con el cliente.
- Planificación y coordinación de la feria o evento antes de su celebración. En el caso de Convenciones, se realizarán visitas al cliente, a otras ediciones del evento en otros recintos, se recibirá al cliente en IFEMA, y en general se estará en contacto con él para atender a los distintos interlocutores que el cliente defina y darles soporte en todo lo que necesiten conocer para planificar correctamente la celebración del evento en IFEMA.
- Elaboración de cotizaciones y comercialización de servicios.
- Durante el montaje, celebración y desmontaje, el equipo comercial debe atender a las incidencias y necesidades que los clientes le comuniquen, distribuyendo el trabajo entre las otras áreas de IFEMA.
- Asimismo, el responsable del evento debe coordinar la comunicación con el resto de la organización con respecto a las características específicas del evento, su logística y todos los datos que el resto de departamentos necesiten conocer para llevar a cabo sus distintas funciones.
- Análisis y explotación de los datos comerciales y de clientes.

Comercialización ferias propias

Con el objetivo de comprender mejor el ámbito de ventas, se describe a continuación el proceso empleado por IFEMA para la comercialización de ferias propias.

La acción de comercialización de ferias propias se inicia habitualmente con la propuesta de participación a los expositores de la anterior edición, ligada a un periodo y sistema de elección prioritaria de ubicación dentro de la feria. La primera acción comercial normalmente se centra en el alquiler de espacio y en el tamaño de ese espacio que será vendido asociado a unos servicios mínimos establecidos (seguros, electricidad y tarifa por participar del marketing y comunicaciones de la feria, habitualmente) y cuya adquisición incorporará también determinadas prestaciones asociadas (un número de pases de expositor e invitaciones de la feria, habitualmente). En este sentido, existen ferias que además venden siempre el espacio ligado a un montaje de stand obligatorio, otras que solo ofrecen el espacio en primer lugar y otras que ofrecen desde el primer momento la doble opción de alquilar solo el suelo o alquilar el suelo ya con un stand montado.

En cuanto a la dinámica de venta, frecuentemente se ofrece la posibilidad de repetir la ubicación de la edición anterior o participar en un proceso de adjudicación de espacios donde el expositor de la edición anterior elige antes que los nuevos participantes. En este segundo caso, es frecuente que se organicen “reuniones de adjudicación” en las que, bajo una regla transparente y conocida por todos, se establece el turno de elección de espacio y es el expositor quien selecciona su ubicación en su turno. Esta regla suele referirse a dos

variables, la superficie solicitada y la antigüedad en la feria; la mayor superficie y la mayor antigüedad, otorgan mejor turno de elección.

En el caso de ferias que ofrecen repetir la ubicación de la edición anterior, tras el lanzamiento a “antiguos expositores”, se activa la comercialización al resto de la base de datos de potenciales clientes. En el caso de celebrar “reuniones de adjudicación” se lanza habitualmente de modo simultáneo a “antiguos” y nuevos. En todo caso, la acción comercial continúa durante todo el tiempo de preparación del evento tanto ante los expositores de la edición anterior que no han confirmado, como ante el resto de empresas. En principio la comercialización acabaría al finalizar la disponibilidad de espacio o un mes antes del comienzo de la celebración de la feria; en la práctica, si hay espacio disponible, la comercialización se puede extender un poco más.

Una vez producida la primera adjudicación de espacio por renovación de ubicaciones de la anterior edición o por otro procedimiento que asigne sitio a los primeros solicitantes, la dinámica habitual para agregar expositores es que, tras detectar el interés en la participación, se proponga ubicación y un presupuesto asociado. En el momento en que se llega a un acuerdo sobre la ubicación, se formaliza la contratación y se exigen los pagos atendiendo a un calendario. Habitualmente, el último pago que completa todo lo debido, se debe satisfacer un mes antes del comienzo de la feria; en todo caso, los expositores no pueden entrar a montar su stand sin haber completado este pago.

El proceso descrito es el más habitual, si bien existen diferencias feria a feria e incluso edición a edición, dependiendo de las circunstancias del sector y del mercado. Existen también en IFEMA algunas ferias “de selección” en las que solo podrán participar empresas previamente autorizadas por un Comité de selección.

El elemento de negociación es la ubicación dentro de la feria, no se negocian habitualmente tarifas; la negociación en precio sería un hecho muy excepcional, es prácticamente inexistente. Si existen en ocasiones tarifas de participación diferentes según el tamaño del stand, su apertura a pasillos, la sección de la feria en que se ubique el stand, o la pertenencia de la empresa a una asociación sectorial determinada, por ejemplo. También existen en algunas ferias descuentos asociados a la satisfacción adelantada de un pago, sobre el calendario establecido.

Una vez que la empresa tiene asignado una ubicación en una feria, comienza el proceso de contratación de los servicios ofrecidos por IFEMA que son complementarios a su participación.

Los comerciales de IFEMA están asignados a una o varias ferias o a una parte de una feria en casos de las ferias más grandes, se dirigen a los potenciales clientes a través de newsletters, emails, teléfono, encuentros personales en eventos sectoriales (ferias de la competencia, reuniones del sector, etc.) o visitas a las empresas.

Empresas colaboradoras

IFEMA provee la mayor parte de sus servicios para los clientes y para el montaje de sus eventos a través de sus proveedores.

Estas empresas son *partners* estratégicos fundamentales a la hora de proveer la calidad de servicio que IFEMA quiere dar a sus clientes y se integran en una gran parte de sus procesos operativos.

Las empresas colaboradoras de IFEMA requieren:

- Acceder online a la información general actualizada de la feria o evento en los que vayan a trabajar.
- Acceder online a la información actualizada sobre los servicios que tienen que proveer y los detalles logísticos necesarios para poder hacerlo. Esta situación puede cambiar constantemente a lo largo del período de preparación de una feria o evento, por lo que la información debe ser fácilmente tratable y estar adaptada a los formatos que cada empresa puede requerir en función de la naturaleza de los servicios que preste.
- Acceder y gestionar las incidencias o casos que puedan surgir en el proceso de diseño, presupuestación, y ejecución de los servicios. Deben poder recibir los casos o requerimientos de cualquier departamento de IFEMA y ser capaces de responder, dejando rastro de sus interacciones con los clientes y los trabajos realizados.

2.5.2. COMERCIO ELECTRÓNICO

En el ámbito del comercio electrónico se lleva a cabo la comercialización de los servicios (no espacios) ofrecidos por IFEMA a través del canal online (Catálogo de Servicios) a clientes B2B

Debido a la naturaleza dispar de los servicios, los formatos en los que la información de estos se presenta y se puede (o no) contratar se adaptan a cada categoría específica.

Se describen a continuación los distintos usuarios que pueden estar involucrados en la plataforma de comercio electrónico.

a) Clientes expositores de ferias propias

Los expositores de ferias de organización propia de IFEMA acceden al Catálogo de Servicios a través de un entorno privado, con claves de acceso individualizadas.

Pueden existir varios usuarios por empresa, manteniendo la trazabilidad de las contrataciones por usuario.

El conjunto de servicios que se le presenta está totalmente ligado con el tipo de participación que cada cliente tiene en la feria, y por tanto puede variar, para una misma feria, de un cliente a otro.

Al acceder al Catálogo de Servicios el cliente es identificado, de manera tal que los servicios que contrete se instalarán en su stand, sin que él tenga que dar esta información, y se vuelcan en su estado de cuentas con IFEMA.

El cliente puede realizar modificaciones o anulaciones en el conjunto de servicios contratados.

En función de la fecha de contratación, se pueden aplicar precios distintos a los mismos servicios.

Para ayudar al cliente en su proceso de contratación, el Catálogo debe presentar relaciones entre los servicios, sugerencias y flujos de ayudas que mejoren la experiencia y usabilidad.

Existen servicios que, por su naturaleza, pueden estar disponibles durante el período de montaje de la feria, para su contratación on line a través de móvil por los expositores.

Sin embargo, en otros casos, determinados servicios no será posible contratarlos online a partir de una fecha. En esos casos, se deberá abrir la posibilidad de pedirlos sin llegar a contratarlos, recibiendo una confirmación posterior de IFEMA, o realizar el pedido de manera presencial en el recinto.

Si el cliente participa más de una vez en una feria, en sucesivas ediciones podrá acceder a sus pedidos anteriores y repetirlos fácilmente.

b) Montadores, agencias y otros colaboradores de los expositores

Estos clientes acceden al mismo Catálogo de Servicios que los expositores, también en un entorno privado con usuario y contraseña y con las mismas funcionalidades.

Pueden contratar servicios para más de un stand, debiendo identificarlo correctamente.

Acceden de forma paralela a los propios expositores del stand, de manera que podrán existir varios usuarios contratando servicios para un mismo stand.

A diferencia de los expositores, para que el pedido se considere en firme, este tipo de cliente deberá pagar sus pedidos antes de salir de la plataforma.

c) Organizadores y expositores de ferias y eventos de organización externa a IFEMA

Estos clientes acceden al Catálogo de Servicios de IFEMA que ellos mismos hayan solicitado, adaptando el tipo de servicios que se ofrecen a las características específicas de su evento.

El Catálogo se configura con la marca de su evento y el acceso se puede realizar desde múltiples entornos definidos por el Organizador.

La contratación de servicios en este Catálogo, a petición del Organizador, puede realizarse por dos vías:

- El propio Organizador centraliza la contratación de servicios para todos sus clientes
- Cada cliente contrata servicios individualmente

El Organizador debe tener acceso a la evolución de la contratación de servicios dentro del Catálogo y a otros informes que requiera.

d) Personal interno de IFEMA

Existen departamentos internos de IFEMA a los que pueden llegar peticiones de servicios o donde pueden surgir necesidades de contratar servicios a los distintos clientes.

Para ello, estas personas deben poder contratar en nombre de los clientes, dejando trazabilidad en el sistema de que la contratación ha sido realizada de esta forma.

2.5.3. MARKETING

EL objetivo en el ámbito de marketing es impactar al cliente de una forma óptima para maximizar la captación de la demanda de los espacios y servicios comercializados por IFEMA.

IFEMA está dando un giro en su estrategia apostando por eventos destinados al gran público y de gran formato. En esta nueva línea de negocio, IFEMA pondrá en marcha una plataforma de venta de tickets que integrará el B2B y el B2C y creará sinergias con las principales ticketeras del mercado.

Hasta el momento el negocio de B2C de IFEMA se basaba en gran medida en el espacio, pero con esta nueva perspectiva, se apuesta por la venta de entradas e incluso, por hacer de promotor y responsable de la estrategia de Marketing, donde será clave impulsar las audiencias, las comunicaciones y la mejora del ratio de conversión así como el margen por entrada vendida. IFEMA, busca una sinergia que podrá hacer más rentables las campañas de Marketing, con el propósito de alcanzar los objetivos marcados por la compañía.

El equipo de Marketing trabajará de manera conectada con las diferentes Direcciones Comerciales tanto en escenarios B2B como B2C, para determinar el impacto de las campañas e ir optimizándolas.

Se incluyen a continuación casos de uso gestionados a través del ámbito de marketing:

- Un expositor que ha estado presente en ferias pasadas es impactado a través de publicidad en redes sociales instándole a participar en siguientes eventos, con un mensaje personalizado a su perfil.

- Un visitante que está visitando páginas relacionadas con una feria o evento de IFEMA es impactado a través de un anuncio en medios de prensa digital o aplicaciones móviles.
- Un expositor añade a su carrito una serie de artículos en la plataforma de comercio electrónico, pero la adquisición no llega a término. Pasados unos días determinados, el cliente recibe un SMS de recordatorio para finalizar la compra con un descuento adicional como promoción, con lo que el visitante vuelve a la web y finaliza la compra.
- Un visitante que va a asistir a una feria de IFEMA recibe un descuento para otro evento o feria que se realiza en las mismas fechas, y que podría aprovechar para visitar en paralelo.
- Pasado el estado de apertura de la compra de pases a una feria, la herramienta envía un email a los asistentes pasados de forma automática siempre que se cuente con los consentimientos. En paralelo se activa campaña de retargeting en aquellos que hayan visitado pero que no hayan finalizado su registro.
- Al cambiarse la programación de un evento feria, se remite email a todos los asistentes informándoles del cambio. Envío de mensaje push en vez de email si es el mismo usuario.

2.5.4. ATENCIÓN AL CLIENTE

En este ámbito se incluyen todas aquellas actividades destinadas al servicio y atención al cliente. El objetivo es poder llevar a cabo dichas actividades una forma unificada y omnicanal, disponiendo de una visión 360 grados de los clientes y personalizando la interacción con los mismos.

Los grupos de usuarios involucrados en este ámbito son los siguientes.

a) Contact Center

Tal y como se ha descrito en el apartado Organización de IFEMA, la entidad cuenta con un servicio de Contact Center multicanal. Se trata de un servicio subcontratado totalmente integrado con las aplicaciones de IFEMA y la información de gestión de sus clientes.

Las actividades del Contact Center incluyen la gestión de contactos, gestión de casos o incidencias, envío y recepción de información del resto de la organización, etc. todo ello en un entorno multicanal (llamadas, mails, chat, click to call y redes sociales).

El Contact Center de IFEMA realiza un servicio de atención / recepción, pero también incorpora un equipo de venta de servicios, el cual presupuesta y realiza un seguimiento de las propuestas emitidas a los clientes. Asimismo, se lleva a cabo cross selling y up selling mediante, por ejemplo, sugerencias de productos que pueden ser de interés para el cliente.

b) Secretaría Técnica de IFEMA

El departamento de Secretaría Técnica es el encargado de dar apoyo a los clientes sobre aspectos técnicos ligados a su participación en las ferias o eventos.

El equipo gestiona estos contactos y cuenta con información global del cliente, planos, documentación técnica y de otro tipo.

La Secretaría Técnica realiza y envía presupuestos de servicios a los clientes y, en su caso, contrata en su nombre, siempre a través del Catálogo de Servicios on line de IFEMA.

c) Servifema

Servifema es el departamento de facturación de IFEMA. Este equipo gestiona todos los contactos que llegan de los expositores, organizadores y otros clientes de IFEMA relativos a su ámbito de actuación.

Gestiona asimismo casos relacionados con incidencias en facturación y en contratación de servicios, y presupuesta y contrata servicios en nombre de los clientes.

2.6. ARQUITECTURA TECNOLÓGICA

IFEMA cuenta con una arquitectura tecnológica eminentemente *on-premise* soportada por un CPD propio. Esta arquitectura está virtualizada a través de tecnología VMware y alberga más de 100 sistemas Windows y Red Hat.

Adicionalmente, la web y sus contenidos se encuentran alojados en un Cloud privado en modo IaaS gestionado por un proveedor externo.

A nivel de aplicaciones, la entidad cuenta con un ecosistema amplio y diverso en cuanto a tecnologías utilizadas, entre las que se encuentran Delphi, .NET, Java, SAP o CAD.

3. DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DEL SERVICIO

Las tareas integradas en el servicio que debe proporcionar el adjudicatario se organizan en torno a la provisión de licencias en modalidad SaaS (*Software as a Service*) de una plataforma CRM que dé respuesta a los requisitos indicados en el apartado 4. REQUISITOS TÉCNICOS DE LA PLATAFORMA.

Más concretamente, durante todo el periodo del contrato, el adjudicatario deberá proporcionar los siguientes servicios:

- **Provisión y gestión de las licencias en modalidad SaaS.** Esta provisión debe incluir el acceso a las actualizaciones de versión de la plataforma a sus últimas versiones, asegurando el correcto funcionamiento de la solución.
- **Alojamiento en la nube y cualquier otro servicio adicional imputable al producto,** que se desprenda del uso de la solución en Cloud.
- **Servicio de soporte del producto software.** Este servicio se prestará en castellano y tendrá un horario de atención 24x7x365 (24 horas al día, 7 días por semana, todos los días del año).

Este servicio contemplará la resolución de **incidencias** imputables al producto software y la atención de **peticiones** de diversa índole, tales como consultas, asesoramiento, realización de tareas de mantenimiento, operaciones, etc.

- El servicio solicitado debe contemplar el máximo nivel de soporte disponible por el fabricante en orden a resolver cualquier petición o incidencia que se pueda producir, en el mínimo tiempo posible para satisfacer la máxima calidad de servicio. **Actualización de la versión** de la plataforma a sus últimas versiones, asegurando el correcto funcionamiento de la solución.
- **Transferencia de conocimiento técnico** al equipo designado por IFEMA, en aspectos relativos a la instalación, acceso o explotación de la plataforma. No se contemplan dentro del alcance del servicio actividades de consultoría y/o asesoramiento a la implantación.

Se estiman las siguientes volumetrías relativas a la provisión de las licencias:

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	VOLUMEN
Usuarios comerciales / servicio al cliente	Nº usuarios	200
Contactos gestionados	Bloques de 1.000.000 de contactos	3
Envíos masivos por correo electrónico	Bloques de 1.000.000 de envíos / mes	4
Pedidos realizados a través de la plataforma de comercio electrónico	Nº pedidos / mes	2.000
Accesos por parte de clientes a portales a desarrollar sobre la plataforma	Nº accesos / mes	12.000
Usuarios de empresas colaboradoras con acceso	Nº usuarios	50

al entorno CRM		
Campañas de marketing gestionadas simultáneamente	Nº audiencias activas	5
Eventos de recopilación de datos de visitas a web, impresiones publicitarias, accesos app móvil	Bloques de 1.000.000 eventos / mes	25
Transacciones de integración entre sistemas	Capacidad de transacciones / segundo	1.500

Se advierte que las volumetrías indicadas son estimaciones de lo que IFEMA considera necesario, pudiendo ser el número de licencias finalmente demandados diferentes a los estimados. Se abonará al adjudicatario únicamente el número de licencias activadas.

A la finalización del contrato, el adjudicatario deberá garantizar la posibilidad de transferir la gestión de las licencias a IFEMA o a un tercero designado por éste.

4. REQUISITOS TÉCNICOS DE LA PLATAFORMA

Con el objetivo de adaptarse a las necesidades de IFEMA, la plataforma propuesta por el licitador deberá dar respuesta a una serie de requisitos técnicos.

Estos requisitos se dividen en:

- **Requisitos técnicos mínimos** que debe de cumplir la plataforma propuesta por el licitador y que se encuentran recogidos en el apartado 4.1. REQUISITOS TÉCNICOS MÍNIMOS.

La presentación de proposiciones supone la aceptación por parte del licitador del **cumplimiento íntegro** de los criterios. No podrán proponerse plataformas que no cumplan con uno o varios de los criterios mínimos establecidos, ya que el incumplimiento de uno o varios de estos requisitos supondrá el rechazo de la oferta presentada.

- **Requisitos técnicos valorables** mediante la aplicación de fórmulas y que se encuentra recogidos en el ANEXO I AL PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES (CUADRO DE CARACTERÍSTICAS).

Para su valoración, el licitador deberá cumplimentar el grado de cobertura y la descripción detallada de cómo la solución cubre cada uno de requerimientos identificados por IFEMA, según lo indicado en el apartado.

IFEMA podrá contrastar y solicitar documentación justificativa de las respuestas aportadas por el licitador.

4.1. REQUISITOS TÉCNICOS MÍNIMOS

Se incluyen a continuación los requisitos técnicos mínimos obligatorios a cumplir por la plataforma propuesta.

REQUISITOS TÉCNICOS MÍNIMOS OBLIGATORIOS		
Nº	Ámbito	Descripción
1	General	Plataforma 100% en la nube en entornos de producción, preproducción y desarrollo.
2	General	<p>Plataforma integral que cubra las soluciones de ventas, comercio electrónico, marketing, gestión de datos (DMP), atención al cliente e integración:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solución de ventas que permita gestionar el ciclo comercial de venta de espacios y servicio, incluyendo la gestión de clientes, gestión de oportunidades, análisis de ventas, y presupuestación. • Solución de comercio electrónico que permita adquirir de forma segura, tanto a clientes B2B como a personal interno en nombre del cliente, productos y servicios a través del canal online. • Solución de marketing que permita definir y gestionar journeys de cliente basados en flujos y que en actúen determinados canales como el emailing, notificaciones push, web, Mobile apps, Ads, etc. • Solución DMP integrada en el CRM, no externa, que permita recopilar datos y realizar una gestión de los mismos de forma centralizada (tanto de fuentes propias como de terceros) para analizar audiencias. • Solución de atención al cliente que permita gestionar el servicio al cliente. Deberá contar con un gestor de contactos y de interacciones con el cliente forma multicanal (email, telefónico, chat y web). Permitirá gestionar quejas y reclamaciones. • Solución de integración completa con capacidades de diseño, gestión, operación, seguridad y monitorización de APIs de integración y servicios web. Dicha solución permitirá integrarse tanto con sistemas <i>on premise</i> como <i>cloud</i> e <i>híbridos</i>. <p>Con el objetivo de mejorar la eficiencia de los procesos y reducir los costes de operación y mantenimiento de la plataforma, ésta deberá contar necesariamente con una integración nativa entre sus distintas soluciones y, por tanto, no se considerarán válidas aquellas plataformas compuestas por múltiples herramientas independientes</p>

		entre sí.
3	General	Plataforma multilingüe, con al menos idioma español e inglés.
4	General	Plataforma multidispositivo, con aplicación nativa para dispositivos móviles iOS y Android. Las aplicaciones móviles deberán tener la capacidad mostrar las mismas o similares pantallas / formularios que la versión de escritorio.
5	General	Plataforma extensible, con la posibilidad de crear nuevas aplicaciones y portales personalizados que utilicen la misma interfaz, modelo de seguridad y base de datos que el CRM. Capacidad de desarrollo rápido de aplicaciones (sin código o low code).
6	General	Posibilidad de aumentar el modelo de datos existente de campos personalizados estándar sin necesidad de programación
7	General	Actualizaciones periódicas de la plataforma por parte del fabricante (al menos 2 al año), para resolver errores, adaptarse a los cambios en las normativas legales, corregir problemas de seguridad, etc. sin afectar a las personalizaciones realizadas y aplicándose de una forma transparente para el usuario.
8	General	Posibilidad de disponer entornos de pruebas que repliquen todo el entorno de producción (incluyendo los datos), para probar nuevas características antes de realizar su despliegue en producción.
9	General	Posibilidad de realizar un envío masivo de correos a contactos seleccionados y registro automático de esta actividad.
10	General	Posibilidad de generar emails a partir de plantillas (HTML o Microsoft Word) y que incluyan archivos adjuntos.
11	General	Posibilidad de copiar o reutilizar registros existentes en el sistema a la hora de dar de alta un nuevo registro (contacto, oportunidad comercial, campaña de marketing, etc.)
12	General	Permite a los usuarios construir y personalizar sus propios informes, los cuales serán exportables para ser utilizados en herramientas y documentos de presentación. La generación de informes respeta el modelo de seguridad de acceso a datos definidos para los roles y perfiles definidos en la aplicación.

13	Seguridad	Cumplimiento con Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales (LOPDGDD). Ubicación de datos en la Unión Europea.
14	Seguridad	Cifrado de comunicaciones mediante protocolos seguros HTTPS / TLS, permitiendo asimismo proteger y monitorizar los accesos a los servicios de la plataforma en la nube. La solución deberá disponer de mecanismos de autenticación de tipo “doble factor” o similar, que permitan garantizar que solo podrán acceder a ella los usuarios autorizados. Los datos de IFEMA estarán alojados en un servidor protegido con infraestructura y medidas de seguridad que garanticen la confidencialidad, disponibilidad e integridad de los datos en todo momento.
15	Seguridad	Mecanismos de autenticación y autorización con posibilidad de integración con el Directorio Activo (DA) de Microsoft.
16	Seguridad	Trazabilidad de los datos y de sus modificaciones.
17	Seguridad	Capacidad de definir roles, perfiles y permisos de usuarios, incluyendo la jerarquía departamental. Debe permitir controlar el nivel de acceso (sólo lectura, lectura / escritura, etc.) de cualquier grupo de usuarios a los diferentes datos, campos y aplicaciones.
18	Integración	Integración de forma estándar con Microsoft Exchange, SAP R/3 y CTI Avaya.
19	Ventas	Capacidad de configurar diferentes procesos de ventas, flujos de trabajo, etapas de ventas y diseños de pantalla para soportar las necesidades de diferentes líneas de negocio, diferentes productos y servicios.
20	Ventas	Posibilidad de colaboración entre equipos y áreas comerciales.
21	Comercio electrónico	Posibilidad de personalizar el aspecto y experiencia visual del portal de comercio electrónico.
22	Comercio electrónico	Posibilidad de realizar una compra en nombre de otro usuario
23	Comercio electrónico	Recomendación de productos automática (cross selling y up selling)
24	Comercio electrónico	Control de productos obligatorios, relacionados o incompatibles
25	Comercio electrónico	Posibilidad de contar con distintas condiciones de precios en función de la fecha y el perfil del cliente

26	Comercio electrónico	Catálogo de productos específicos por feria, tipo de montaje, sector, etc.
27	Comercio electrónico	Presentación de artículos de forma visual con imágenes, videos, gifs animados, etc.
28	Marketing	Capacidad para modelar de manera gráfica y administrar campañas de marketing
29	Marketing	Conexión nativa de con las principales redes de publicidad como Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Pinterest y Twitter.
30	Marketing	Capacidad de segmentación de clientes (basándose en su actividad comercial, intereses, participaciones anteriores en ferias/eventos, etc.)
31	Marketing	Análisis del comportamiento de las campañas de marketing en tiempo real
32	Marketing	Gestión nativa de canales propios como Email, SMS, Push a aplicación móvil desde la propia herramienta sin necesidad de conectar con un proveedor tercero
33	Marketing	Posibilidad de recopilar con la herramienta seleccionada información de usuarios anónimos que visitan la web de IFEMA para poder hacer retargetting publicitario a través de compra programática, búsqueda de "lookalikes" y conexión con plataformas publicitarias, DSPs...
34	Atención al cliente	Apertura automática de tickets de atención desde emails recibidos y asignación a ficha de cuenta
35	Atención al cliente	Posibilidad de crear flujos de trabajo en el tratamiento de las consultas y/o incidentes de clientes
36	Atención al cliente	Click-to-call integrado con el sistema de llamadas del call center externo
37	Atención al cliente	Capacidad de generar y gestionar encuestas para analizar la satisfacción de los servicios prestados.
38	Atención al cliente	Consolas configurables para diferentes tipologías de equipos de atención y desde la que el operador del servicio tiene acceso a todos los datos del cliente y toda la historia relacionada con la consulta.



IFEMA
Feria de
Madrid

5. PLAZOS DEL SERVICIO

El presente servicio tendrá una duración total de **36 meses** a contar desde la fecha de inicio del proyecto de implantación de la plataforma.

La fecha de inicio del servicio será comunicada por IFEMA al adjudicatario con una antelación no inferior a quince (15) días naturales.

Todas las funcionalidades de la plataforma CRM serán puestas a disposición de IFEMA en la fecha de inicio del servicio, a excepción de las funcionalidades correspondientes al DMP (plataforma gestión de datos), que se requerirán transcurridos 12 meses de la fecha de puesta en producción de la solución de ventas.

Una vez alcanzada la fecha de finalización del servicio, IFEMA podrá prorrogar el mismo de forma anual hasta un periodo máximo de dos (2) años adicionales, resultando la prórroga obligatoria para el adjudicatario.

Las licencias de la plataforma se activarán atendiendo al siguiente calendario tentativo según inicio del proyecto de implantación:

Solución de ventas

- En el mes 1 se activarán 20 licencias para los equipos de desarrollo, miembros de la dirección de tecnologías de la información y usuarios adscritos al proyecto.
- En el mes 8 se activarán 20 licencias adicionales para la fase de pruebas de carga de datos, integridad y test de usuarios.
- En el mes 10 se activará la totalidad de las licencias requeridas para dar servicio en producción a las volúmetrías indicadas en el apartado 3.

Solución de comercio electrónico

- En el mes 4 se activarán las licencias mínimas requeridas para poder llevar a cabo los trabajos de desarrollo e implantación de la solución.
- En el mes 10 se activarán la totalidad de las licencias requeridas para prestar servicio en producción a las volúmetrías indicadas en el apartado 3.

Solución de marketing

- En el mes 5 se activarán las licencias mínimas requeridas para poder llevar a cabo los trabajos de desarrollo e implantación de la solución.
- En el mes 12 se activarán la totalidad de las licencias requeridas para prestar servicio en producción a las volúmetrías indicadas en el apartado 3.

Solución de atención al cliente

- En el mes 9 se activarán 25 licencias para los equipos de desarrollo, miembros de la dirección de tecnologías de la información y usuarios adscritos al proyecto.
- En el mes 14 se activarán 25 licencias adicionales para la fase de pruebas de carga de datos, integridad y test de usuarios.

- En el mes 15 se activará la totalidad de las licencias requeridas para dar servicio en producción a las volumetrías indicadas en el apartado 3.

Solución de DMP

- En el mes 10 se activarán las licencias mínimas requeridas para poder llevar a cabo las funciones de recopilación de datos.
- En el mes 22 se activarán las licencias requeridas para poder llevar a cabo la totalidad de las funciones requeridas por la solución.

6. ACUERDOS DE NIVEL DE SERVICIO

A continuación, se presentan los acuerdos de nivel de servicio (ANS) que deberá cumplir el adjudicatario.

Identificador	Título	Descripción	Valor objetivo
ANS1	Disponibilidad	Porcentaje de tiempo que la plataforma se encuentra disponible, sin tener en cuenta mantenimientos planificados.	$\geq 99\%$
ANS2	Tiempo de respuesta	Tiempo desde que se comunica una incidencia crítica hasta que se recibe una respuesta por parte del servicio de soporte. No se tendrán en cuenta respuestas automáticas.	≤ 1 hora

La evaluación del cumplimiento de los acuerdos de nivel de servicio se realizará de forma trimestral.

7. DOCUMENTACIÓN TÉCNICA A APORTAR EN EL SOBRE Nº2

En este sobre no se deberá incluir documentación o información alguna referente a la propuesta económica o a los criterios objetivos de valoración que, obligatoriamente, deberán incluirse en el sobre nº 3.

NO SERÁN ADMITIDAS AQUELLAS OFERTAS QUE NO ENTREGUEN LA DOCUMENTACIÓN TÉCNICA SOLICITADA EN ESTE APARTADO.

En el sobre nº2 se deberá incluir la documentación técnica necesaria para evaluar la usabilidad de la plataforma CRM propuesta. Dicha documentación consistirá en **video** en formato electrónico AVI o MP4. La duración total del video no podrá superar los 15 MINUTOS .

En él, se deberán mostrar los pasos realizados sobre la interfaz de usuario de la plataforma para llevar a cabo cada uno de los cuatro **casos de uso** descritos a continuación.

CASO DE USO Nº1: GESTIÓN COMERCIAL

1. Alta de un nuevo cliente
2. Registro de interacciones con el cliente
3. Alta de una nueva oportunidad comercial
4. Seguimiento de oportunidades comerciales existentes
5. Creación de un formulario web para que los clientes puedan introducir sus datos

CASO DE USO Nº2: COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Alta de un nuevo artículo / servicio en la plataforma de comercio electrónico B2B, mostrando los campos más importantes que tiene el artículo / servicio (ej: descripción, imágenes, tipo, validez, etc.)
2. Personalización de la oferta de artículos / servicios mostrados en función de la tipología de clientes.
3. Compra por parte de un cliente de un artículo / servicio, incluyendo el proceso de check-out.
4. Consulta por parte de un cliente de los artículos / servicios adquiridos con anterioridad (acceso a histórico de pedidos).

CASO DE USO Nº3: ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Alta de un nuevo caso / incidencia relativa a un cliente existente
2. Gestión y asignación de casos / incidencias entre distintos departamentos
3. Consulta y seguimiento del estado de los casos / incidencias existentes

CASO DE USO Nº4: MARKETING

1. Alta y configuración de una nueva campaña con integrada con GMP y Facebook, así como medición en Google Analytics
2. Creación de un journey automatizado a través de e-mail y SMS
3. Análisis de resultados de una campaña

A efectos de valorar la usabilidad de la herramienta únicamente serán tenidos en cuenta estos casos de uso, pero son solo un subconjunto de todos los casos de uso a los que deberá dar respuesta la plataforma, de acuerdo a las prescripciones técnicas recogidas en este pliego.

**ANEXO PARA CONTRATOS DE BIENES Y SERVICIOS CON ELEMENTOS
RELACIONADOS CON TI**

A. CONDICIONES GENERALES DE DISEÑO, IMPLANTACIÓN, EXPLOTACIÓN Y ACCESO A LOS SISTEMAS DE IFEMA.

Cualquier producto o servicio relacionado con los recursos informáticos de IFEMA, en adelante, solución, debe ajustarse a las condiciones generales que se describen en este apéndice.

El objeto de estas condiciones generales es obtener soluciones seguras, eficientes, sostenibles en su explotación y acordes tanto con la legislación y reglamentación vigentes como con las circunstancias y estrategias de la explotación de los Sistemas de IFEMA y asimismo conformes también con las mejores prácticas de sistemas actuales.

Todas las condiciones generales de sistemas se tendrán en cuenta desde el principio, por diseño, para evitar la introducción de retrasos de última hora. El equipo de Proyecto se reunirá con Sistemas de IFEMA en las fases iniciales del proyecto para informar de los elementos de sistemas de que consta la solución, con los datos y criterios necesarios para que el equipo de Sistemas de IFEMA pueda adoptar los compromisos y las decisiones informadas más adecuadas en materia de sistemas para IFEMA.

El presente documento también detalla todos los aspectos técnicos relacionados con la seguridad en los accesos a los recursos informáticos IFEMA.

Seguridad

El diseño de la solución ofrecida y su implantación serán seguros desde el principio, se adoptarán las metodologías y paradigmas desde un enfoque de seguridad por diseño.

El proyecto activará de forma adecuada y aprovechará todas las medidas y procedimientos que ofrezcan todos los productos o servicios relacionados con el fin de incrementar la seguridad del resultado final de la implantación, de acuerdo con los requisitos y necesidades de IFEMA.

Dimensionamiento

El dimensionamiento, la parametrización y la asignación de recursos de los productos o servicios que integren el proyecto tendrán en cuenta la actividad esperada y las condiciones particulares del proyecto. Se propondrán valores para conseguir un rendimiento y tiempos de respuesta adecuados si incurrir en excesos en la asignación de recursos que no se vayan a aprovechar. La capacidad asignada a los recursos deberá cubrir las necesidades previstas para un período razonable y sin desaprovechar. Por ejemplo, para cubrir las necesidades de un año u otro período que se especifique para el producto o servicio en particular.

Pruebas de carga

Antes del primer uso productivo de las soluciones ofrecidas se realizarán las pruebas de carga simulando la actividad máxima esperada. Con objeto de comprobar que la solución implantada ofrece los tiempos de respuesta adecuados para un sistema productivo y que el consumo de recursos es acorde a la capacidad de la infraestructura asignada.

Alta disponibilidad y redundancia

Las ofertas de soluciones críticas para el negocio de IFEMA cuya indisponibilidad pueda ocasionar un impacto elevado estarán dotadas de medidas de alta disponibilidad y de redundancia adecuadas. En la fase de comprobaciones del proyecto de implantación se comprobará el funcionamiento correcto de todas estas medidas de alta disponibilidad y redundancia. A conveniencia de IFEMA podrían pactarse otras condiciones de disponibilidad.

Conformidad con normativa de Protección de Datos

El resultado del proyecto y sus productos serán conformes a la normativa legal vigente dando cumplimiento a las directivas, leyes y reglamentos en vigor así como a las normas internas de IFEMA.

Por ejemplo: los datos y tratamientos de una solución “Cloud” deben estar físicamente ubicados en un centro de proceso de datos de la Unión Europea.

Infraestructura virtual

Todas las soluciones ofrecidas para una solución “On Premise” deberán funcionar apropiadamente en el entorno de virtualización VMWare vSphere en su versión 6 actual disponible en IFEMA y en sus versiones posteriores, según se modernice.

Inicios, apagados y reinicios consistentes automáticos

Las soluciones diseñadas para funcionar en los propios sistemas de IFEMA se integrarán automáticamente y sin requerir la intervención de persona alguna con las operaciones de inicio, apagado y reinicio de dichos sistemas en los que funcionan. Todas estas operaciones mantendrán la consistencia de los datos. El apagado del sistema operativo consolidará de forma consistente todos los datos de la solución antes de detenerla. El encendido del sistema operativo también arrancará automáticamente todos los productos de la solución hasta el estado normal para dar servicio a los usuarios, sin requerir la intervención de ninguna persona.

Actualizaciones

Todas las soluciones ofrecidas dispondrán como mínimo de actualizaciones de seguridad, actualizaciones para resolver errores, para adaptarse a los cambios en las normativas legales, etc.

La implantación inicial de las soluciones ofrecidas se hará con sus últimas versiones y actualizadas hasta los niveles más modernos disponibles.

Monitorización

Las situaciones durante la explotación de las soluciones ofrecidas que requieran la atención de personas de Sistemas de IFEMA, producirán alertas adecuadas en seguida, dirigidas a las personas responsables con información suficiente para proceder a su remedio. Por ejemplo, las soluciones ofrecidas enviarán emails a las direcciones que se indiquen durante dichas situaciones.

Copia de seguridad

Para las soluciones “On Premise”, se activarán los mecanismos para obtener copias de seguridad eficientes y consistentes de la solución y sus datos con el producto Veeam Backup 9.5 disponible actualmente en IFEMA y con sus versiones más modernas, según se vaya actualizando. Se documentarán y comprobarán, de acuerdo con IFEMA, los procedimientos para recuperar de forma consistente desde datos unitarios individuales hasta la solución completa con todos sus datos, pasando por recuperaciones de conjuntos parciales de los datos necesarias para resolver los diferentes tipos de desastres posibles y minimizando las interrupciones totales del servicio en los casos de recuperaciones parciales.

Para las soluciones “Cloud”. El volumen de datos en riesgo de pérdida que se considera aceptable (RPO) es el de 24 horas. El tiempo que se puede tolerar la caída de servicio por recuperación de datos (RTO) es de 24 horas.

También para soluciones “Cloud” se proporcionará el mecanismo que garantice la disponibilidad de los datos de IFEMA para IFEMA ante un cese súbito y permanente de la prestación del servicio por parte del adjudicatario.

Logs

La generación de logs será la adecuada para un sistema productivo. Los logs se rotarán, comprimirán o borrarán con antelación suficiente a que puedan ocasionar un incidente por agotar todo el espacio disponible en el sistema productivo. No se dejará activado permanentemente ningún modo de depuración o “debug” en el sistema productivo. Los logs no contendrán información con datos sensibles o protegidos, de modo que no sean posibles incidentes de confidencialidad al investigar los logs.

Operaciones periódicas de mantenimiento de sistemas automáticas

Las operaciones periódicas rutinarias de mantenimiento de sistemas se entregarán automatizadas. Operaciones tales como búsqueda y borrado de elementos temporales, reindexaciones de contenidos, optimizaciones de funcionamiento, optimizaciones de datos, etc. Todas estas operaciones rutinarias se realizarán periódicamente de forma desatendida y por las noches, fuera del horario productivo, para evitar impacto en disponibilidad y en tiempos de respuesta.

Otras operaciones de sistemas que implican impacto o riesgo en la disponibilidad o integridad del servicio productivo, no serán automáticas porque no son en absoluto rutinarias. Estas operaciones se documentarán bien para que el equipo de Sistemas de IFEMA las planifique y las lleve a cabo, en su caso, en el momento más oportuno. Operaciones tales como las actualizaciones de software, por ejemplo.

Manual de operaciones de sistemas

Se entregará con la solución el manual de operaciones de sistemas habituales para el producto. Se hará hincapié en la elaboración de procedimientos precisos para aquellas operaciones de sistemas que sean industrializables y frecuentes, para que las puedan llevar a cabo equipos de Sistemas no especializados de primer nivel o de atención al usuario.

- Determinar el estado del servicio o producto, en particular su estado de disponibilidad.

- Alta y baja de nuevos usuarios en el producto. Cambios de departamento o de las funciones de usuarios existentes, etc.
- Desbloqueo de identificadores de usuarios. Resolución de olvidos de contraseñas.
- Cualquier otra operación específica del producto, servicio o solución que sea frecuente, se documentará de forma precisa para que la lleve a cabo personal menos especializado.

Se documentarán también las operaciones de sistemas de segundo nivel. Entre ellas, por ejemplo:

- Procedimientos de apagado consistente y arranque integrados con el apagado e inicio del sistema operativo
- Investigación de incidentes: apertura de casos en el soporte oficial, priorización de incidentes, escalado de incidentes, obtención y envío de datos de los logs al soporte oficial.
- Operaciones periódicas de mantenimiento no rutinarias, por ejemplo, aplicación de actualizaciones
- Ajustes en la configuración de los servicios, optimización de recursos, parametrización, etc.
- Mantenimiento de las interfaces de los productos de la solución entre sí como de las interfaces con otros productos. Por ejemplo, documentar la ubicación de elementos que pueden cambiar con la evolución de las infraestructuras tales como los datos de credenciales o conexión IP y puerto del driver de una base de datos o de la interfaz a un servicio RFC, cambios en la URL de un webservice, cambios de elementos de seguridad, de elementos de autenticación con otros productos (básica, integrada, single-sign-on, certificado digital, etc.)

Condiciones de Soporte

Las soluciones ofrecidas contarán con soporte específico de sistemas. En el caso de soluciones que sean críticas para el negocio de IFEMA será 24x7x365 en castellano y con tiempos de respuesta de menos de una hora ante incidentes graves (24 horas al día, 7 días por semana, todos los días del año). De lo contrario, a conveniencia de IFEMA, se podrían pactar condiciones de soporte diferentes. Por ejemplo: para soluciones no críticas el soporte podría ser 14x7x365, en horario laboral de IFEMA, con tiempo de respuesta de menos de una hora ante incidentes graves.

Autenticación y Autorizaciones de los usuarios

La solución incluirá el diseño y la implantación de las autorizaciones para los usuarios de los productos o servicios. Tendrá en cuenta las obligaciones y las atribuciones de los diferentes usuarios que la emplearán: se permitirá a cada tipo de usuario ejecutar sólo lo necesario sobre los datos que le correspondan y se impedirá que puedan realizar las actividades no necesarias y acceder a los datos que no les correspondan.

De los mecanismos de autenticación y autorización disponibles se optará por el que esté integrado con el Directorio Activo (DA) de Microsoft de IFEMA. Caso que no exista integración con DA, se optará por el mecanismo más seguro entre los disponibles, de acuerdo con los requisitos e indicaciones de IFEMA.

Los sistemas de autenticación básica basados en contraseñas deben tener las medidas que impiden que se adivinen o desvelen a personas no autorizadas. Por ejemplo, políticas que obliguen escogerlas con complejidad adecuada de longitud, letras, cifras y símbolos. Contraseñas que fuercen renovación periódica, con periodos de validez y caducidad automática. Contraseñas que no se encuentren ni en los diccionarios ni en las listas de contraseñas frecuentes. Estos sistemas tendrán protección contra los ataques de fuerza bruta bloqueando los intentos fallidos de acceso repetidos.

En las soluciones en “Cloud” las credenciales de autenticación deben viajar por canales cifrados seguros https / TLS. Son imprescindibles todas las medidas de fortaleza de contraseñas descritas así como las medidas de seguridad adicionales presentes en los productos ofrecidos.

En ningún caso se dejarán contraseñas por defecto a los identificadores de usuario predefinidos de los productos de la solución.

El acceso a los datos sensibles de IFEMA requieren las medidas de autenticación más seguras, por ejemplo, la autenticación de dos factores.

Confidencialidad de los datos

Los datos de la solución ofrecida no estarán disponibles para las personas no autorizadas. En todo momento los datos estarán protegidos por las medidas de seguridad de la solución ofrecida.

Para el caso de soluciones con tratamientos o datos confidenciales o sensibles en “Cloud”, la solución dispondrá de medidas técnicas que garanticen que los datos confidenciales o sensibles no pueden accederse ni siquiera por los administradores de sistemas de la solución ni por los del servicio de alojamiento o hosting empleado.

Devolución de servicio

Para soluciones basadas en servicios, en caso de finalizar el servicio, es necesario ejecutar la fase de devolución del servicio a IFEMA. El proveedor deberá devolver todo lo necesario a IFEMA para poder continuar con el servicio en otro proveedor “Cloud” u “On Premise”, en el formato y forma que IFEMA decida. Se emplearán los formatos estándar de intercambio de datos para los tipos de elementos que se trate. Por ejemplo, se incluirán todos los datos, toda la documentación del servicio, de procedimientos, de medidas de seguridad, de integración con otros productos o servicios, etc.

Durante la fase de devolución del servicio, el proveedor del contrato que finaliza colaborará plenamente con el nuevo prestador del servicio con objeto de lograr una transición íntegra, rápida y segura de todos los elementos que consta el servicio. La fase de devolución del servicio es una de las fases incluidas en la propia solución.

Integraciones con otros productos o servicios

Las integraciones de la solución con otros productos o servicios se realizarán de forma totalmente segura, tal y como corresponde al diseño de la solución, para conseguir una integración invulnerable. Por ejemplo, las comunicaciones entre diferentes productos irán autenticadas, firmadas y cifradas entre ambos extremos.



IFEMA
Feria de
Madrid

Las integraciones serán resistentes y a indisponibilidades en cualquiera de los extremos y se repondrán automáticamente. Por ejemplo, si uno de los extremos se hallase indisponible temporalmente por mantenimiento o por contingencia, en cuanto vuelva a estar disponible, la integración entre ambos extremos se debe reanudar automáticamente, sin intervención de las personas, de un modo consistente con el tratamiento y con los datos de ambos extremos.

B. ACCESO A LA INFORMACIÓN

En el caso en que la solución conste de acceso a la información o a los tratamientos de IFEMA, dicho acceso está autorizado únicamente a los recursos dentro de los objetivos y alcance de este contrato. Además dicho acceso estará sujeto a las condiciones que se describen a continuación.

No están permitidos otros accesos que se encuentren fuera de los objetivos y alcance de este contrato.

El adjudicatario deberá implementar los mecanismos de seguridad necesarios para garantizar la seguridad, confidencialidad y disponibilidad de las soluciones: datos, tratamientos, sistemas, productos, servicios, etc.

El adjudicatario respetará las disposiciones legales reglamentarias y normativas vigentes, incluyendo la normativa de seguridad de la información de IFEMA y su Política de Seguridad.

IFEMA entregará al adjudicatario el documento de normativa interna, perteneciente a la Política de Seguridad de IFEMA, llamado "Normas del Personal externo con acceso a los sistemas" que será de obligado cumplimiento por todos los usuarios que requieran algún tipo de acceso a los sistemas, tratamientos o datos de IFEMA, tanto de forma remota como presencial.

- Sólo aquellos empleados del adjudicatario debidamente autorizados en razón del servicio podrán acceder a los tratamientos o sistemas informáticos de IFEMA y sólo desde aquellos puestos (terminales) y emplazamientos debidamente autorizados, y sólo a los recursos, tratamientos e información autorizados por IFEMA.
- El adjudicatario informará de cualquier cambio de su personal con autorización de acceso a los tratamientos o sistemas informáticos de IFEMA con tiempo suficiente para la revocación/autorización de sus accesos. Se deberá proporcionar por parte del adjudicatario una lista de usuarios autorizados por IFEMA para acceder a la plataforma, además de auditar y controlar quien accede, en que momento y con qué objetivo
- IFEMA podrá monitorizar cualquier acceso a sus tratamientos y sistemas de información. Se asumirá que los actos que se lleven a cabo con el identificador y la clave de acceso asignados han sido realizados en realidad por el usuario titular de los mismos. Siempre se hará buen uso del identificador de usuario asignado y se custodiará con eficacia la clave de acceso personal. Las autorizaciones de acceso a los tratamientos de IFEMA son personales e intransferibles, por tanto el personal del adjudicatario no podrá ceder sus cuentas ni claves de acceso a otras personas.
- El adjudicatario pondrá todos los medios técnicos y adoptarán todas las medidas de seguridad necesarias para garantizar que sólo podrán acceder a los tratamientos, recursos y sistemas de IFEMA únicamente aquellas personas autorizadas para la prestación de la solución objeto de este contrato, sin que haya intromisión de otros recursos y soluciones que el adjudicatario pudiese prestar a terceros.
- El uso por parte de los empleados del adjudicatario de los tratamientos o de los sistemas informáticos de IFEMA estará restringido al horario de servicio. Al finalizar, todos los usuarios deberán realizar el procedimiento de salida de las aplicaciones y la desconexión de

la red de IFEMA. Cualquier ampliación del horario del servicio sólo podrá ser autorizado por IFEMA previa solicitud escrita a su responsable.

- Siempre que el adjudicatario esté en relación con el tratamiento de datos de carácter personal, en su calidad de encargado de tratamiento, para la prestación del servicio objeto del contrato, conoce y acepta que todo su personal que preste servicio a IFEMA estará informado de los términos y condiciones establecidas en relación con el citado tratamiento de datos, así como la legislación vigente de protección de datos de carácter personal de obligado cumplimiento. En este sentido, todo el personal que preste servicio a IFEMA deberá firmar el correspondiente Acuerdo de Confidencialidad y recibirá unas las Normas de Uso de Sistemas de IFEMA.
- No se intentará descifrar las claves, sistemas o algoritmos de cifrado y cualquier otro elemento de seguridad que intervenga en el acceso lógico a los sistemas informáticos de IFEMA. No está permitido acceder a los recursos de IFEMA no autorizados expresamente por IFEMA. Se accederá únicamente a los recursos, datos, servicios y aplicaciones autorizadas.
- El uso de los recursos informáticos de IFEMA se ajustará a lo estipulado en las presentes condiciones y únicamente con el propósito de acometer exclusivamente los fines y objetivos de IFEMA.
- No deberán imprimirse en papel, grabarse ni obtener copias de los datos procedentes de IFEMA en ningún dispositivo de almacenamiento incluyendo los discos duros de los equipos empleados; salvo que sea necesidad para los usos previstos y autorizados para la prestación del servicio.
- Cualquier incidencia o brecha de seguridad deberá ser notificada a IFEMA.
- Ningún usuario deberá poseer, para usos no propios de su responsabilidad u objeto del contrato, material o información alguna propiedad de IFEMA, tanto ahora como en el futuro..
- Todos los recursos informáticos disponibles, son propiedad de IFEMA y no deberán ser accedidos ni visualizados por personas no autorizadas en las pantallas de los equipos empleados. El usuario deberá custodiar también los documentos o listados que imprima con datos procedentes de la red corporativa de IFEMA.
- En el caso de que, por motivos directamente relacionados con el servicio a prestar, el usuario entre en posesión de datos de carácter personal o información confidencial bajo cualquier tipo de soporte, deberá entenderse que dicha posesión es estrictamente temporal, con obligación de secreto y sin que ello le conceda derecho alguno de posesión, titularidad o copia sobre la referida información. Asimismo, el usuario deberá devolver dichos materiales a IFEMA, inmediatamente después de la finalización de las tareas que han originado el uso temporal de los mismos, y en cualquier caso, a la finalización de la relación laboral o contractual. La utilización continuada de la información en cualquier formato o soporte de forma distinta a la pactada y sin conocimiento de IFEMA, no supondrá, en ningún caso, una modificación de esta cláusula.
- Los tratamiento de datos personales a los que pueda tener acceso el adjudicatario son responsabilidad de IFEMA quien manifiesta haber dado cumplimiento a todas las obligaciones legales que con respecto a tratamientos automatizados y no automatizados

que contengan datos de carácter personal, todo ello de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento General de Protección de Datos o RGPD), la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD), así como las posteriores normas nacionales que puedan desarrollar esta materia.

- El adjudicatario se compromete a no revelar ni difundir a terceros los datos a los que pueda tener acceso en relación y/o como consecuencia del cumplimiento y/o desarrollo del citado servicio, los cuales tendrán en todo momento el carácter de privados y confidenciales comprometiéndose a utilizarlos únicamente conforme a las condiciones pactadas en el presente contrato, quedando expresamente prohibida cualquier comunicación de los mismos a otras personas.
- Los usuarios de los sistemas de información de IFEMA deberán guardar, por tiempo indefinido, la máxima reserva y no divulgar ni utilizar directamente ni a través de terceras personas o empresas, los datos, documentos, metodologías, claves, análisis, programas y demás información a la que tengan acceso durante su relación laboral o contractual con IFEMA, tanto en soporte material como electrónico. Esta obligación continuará vigente tras la extinción del contrato o de la relación laboral o la prestación del servicio.
- Llegado el vencimiento del contrato o finalizado cada servicio encomendado, el adjudicatario borrará totalmente de sus sistemas informáticos los datos de IFEMA sin necesidad de previo requerimiento.
- El adjudicatario conoce y acepta que cualquier otra utilización de los citados datos, o cesión de los mismos a terceros, sean o no filiales o empresas participadas por esta, para cualquier fin diferente del reseñado, constituye una vulneración del presente acuerdo de confidencialidad y de la normativa vigente de protección de datos de carácter personal declinando IFEMA cualquier responsabilidad al respecto.
- IFEMA se reserva el derecho a poder efectuar, en cualquier momento, los controles que estime oportunos para comprobar el cumplimiento de lo establecido en el presente acuerdo.
- En caso de incumplimiento de estas condiciones, el adjudicatario acepta y asume, expresamente, su plena responsabilidad, ante la Administración y/o ante terceros, respondiendo de las infracciones cometidas en relación con las disposiciones recogidas en la normativa de protección de datos de carácter personal vigente en cada momento, así como de las sanciones y/o indemnizaciones debidas a terceros, incluida IFEMA, por consecuencia de ese incumplimiento.

C. SEGURIDAD EN LAS COMUNICACIONES Y RECURSOS DE RED

En el caso en que la solución conste de interconexión con IFEMA, dicha interconexión no deberá plantear ningún riesgo para IFEMA, dispondrá de las medidas necesarias para resolver las amenazas de seguridad y tendrá la disponibilidad adecuada que requiera la solución.

- El adjudicatario deberá disponer de la infraestructura de conectividad necesaria para materializar las comunicaciones necesarias para la prestación del servicio. Dispondrá de los

elementos físicos y lógicos adicionales necesarios para garantizar la seguridad en la comunicación tanto con las máquinas como con los aplicativos, utilidades y servicios implicados en las actividades de IFEMA; se compromete además a cumplir los estándares de comunicación en que se basa la arquitectura de red de IFEMA, por ejemplo adaptándose a la configuración de los elementos de seguridad tales como firewalls, proxys, etc. de IFEMA.

- El modo de comunicación debe ser ágil y seguro usando para ello las distintas posibilidades adecuadas para cada caso. Por ejemplo, entre otras, VPNs LAN to LAN, línea dedicada, etc. Se estudiarán las ofertas más ventajosas para IFEMA por parte del adjudicatario.
- Cuando dentro del alcance del contrato se encuentre establecer conectividad para la prestación del servicio, la preparación de la misma se hará justo a continuación de la formalización del contrato. El adjudicatario deberá definir los parámetros para la conexión y llevará a cabo todas las tareas necesarias para que la conectividad esté plenamente operativa y comprobada para poder iniciar la prestación del servicio. Durante la prestación del servicio, el adjudicatario deberá además proporcionar el soporte técnico necesario para un correcto funcionamiento de las comunicaciones entre las dependencias desde las que el equipo realice los servicios durante toda la duración de la misma. Para ello debe ponerse en contacto con la Dirección de la Tecnología de la Información de IFEMA
- Cuando en el contrato se establezcan Acuerdos de Nivel de Servicio (ANS) relacionados con las comunicaciones, el adjudicatario es responsable del cumplimiento de los mismos.
- La instalación y el mantenimiento del servicio de comunicaciones correrán por cuenta del adjudicatario, por lo tanto, será el responsable tanto de la instalación, mantenimiento y costes de la infraestructura y componentes de comunicaciones, por tanto debe implementar y gestionar todo el equipamiento necesario para garantizar el correcto funcionamiento de estas comunicaciones.
- El adjudicatario proveerá infraestructura de comunicaciones de voz cuando aplique, a través preferiblemente de la interconexión de sus servicios con los de IFEMA o propuestas alternativas que garanticen las comunicaciones entre las instalaciones del proveedor y las de IFEMA, para el óptimo desarrollo del servicio.
- El adjudicatario debe aislar las conexiones para la solución, de forma que solo se puedan acceder a las mismas desde los equipos desde los que se preste servicio a IFEMA.
- Las líneas de comunicaciones de voz y datos, deberán ser escalables y que por tanto permitan aumentar el ancho de banda de forma rápida y sencilla, de acuerdo a las necesidades.
- Cuando se precisen realizar tareas desde las instalaciones del adjudicatario debido a la naturaleza del servicio, este deberá proveer Conexión a Internet propia y gestionada por él mismo para sus operadores, con un ancho de banda suficiente para garantizar el nivel de servicio, incluyendo líneas de respaldo (backup) en alta disponibilidad.
- Cuando el adjudicatario se conecte a IFEMA a través de su red corporativa facilitará plano de red con máximo nivel de detalle para validar que dicha conexión cumple con los requisitos de seguridad requeridos por IFEMA.

- Estos requerimientos técnicos pueden ser modificados por IFEMA por necesidades de negocio o técnicas y ningún cambio puede ser abordado por el adjudicatario sin consentimiento de IFEMA.

D. SEGURIDAD EN LAS ESTACIONES DE TRABAJO

En el caso en que la solución requiera que el adjudicatario emplee sus propias estaciones de trabajo o en cualquier caso que se empleen estaciones de trabajo que no son de IFEMA, es necesario que dichas estaciones no planteen ningún riesgo para IFEMA, que dispongan de las medidas necesarias para resolver las amenazas de seguridad y seguir todos los procedimientos para el uso seguro de estaciones de trabajo, como los que se describen a continuación.

- Cuando el objeto del servicio requiera que el adjudicatario tiene que prestar el mismo desde su propia plataforma tecnológica, el adjudicatario se compromete a proporcionar una plataforma tecnológica que soporte los sistemas y herramientas utilizados, tanto propios como de IFEMA y garantice el funcionamiento del servicio y el cumplimiento de los acuerdos sobre el mismo consensuados con IFEMA. El adjudicatario deberá soportar la posible instalación de aplicaciones cliente-servidor, que pudieran ser utilizadas en función de cómo decida implementar IFEMA el acceso por los operadores.
- En todo momento el adjudicatario deberá seguir las instrucciones que IFEMA le solicite respecto de la actualización de las condiciones técnicas de los puestos de trabajo.
- Las estaciones de trabajo y dispositivos que disponga el adjudicatario para la prestación del servicio, deben cumplir con todos los requisitos de seguridad que garanticen que los recursos de IFEMA a los que acceden no sean dañados. Estos requisitos pasan por mantener un antivirus con motor y fichero de firmas actualizado y un nivel de parches de seguridad de sistema operativo actualizado con la última versión que no permitan explotar bugs, vulnerabilidades del sistema e infectarse con virus o malware. Además, deberá tener activo y correctamente configurado un firewall que proteja las estaciones de trabajo.
- El adjudicatario deberá garantizar que dentro de sus instalaciones no se puedan manipular la configuración de los equipos destinados al servicio destinado para IFEMA por personal no autorizado.
- Cuando el usuario abandone su puesto de trabajo, bien temporalmente o bien al finalizar su turno de trabajo, deberá dejarlo en un estado que impida la visualización de los tratamientos o datos protegidos.
- Cada ordenador dispondrá de un protector de pantalla con contraseña que se activará a los diez minutos de inactividad y no estará permitido desactivarlo.
- En el caso de las impresoras, el usuario deberá asegurarse de que no queden documentos impresos en la bandeja de salida que contengan datos protegidos. En las impresoras compartidas con otros usuarios no autorizados para acceder a los datos de los ficheros, los responsables de cada puesto deberán retirar los documentos conforme vayan siendo impresos.
- Cuando los requisitos del contrato lo requieran, el adjudicatario estará obligado a dotar la solución de los equipos informáticos necesarios para el mejor desarrollo de su función, incluyendo, los equipos (PCs, impresoras, periféricos, etc.), y los programas de software

correspondientes, así como los servicios de comunicaciones que se precisen para su conexión a Internet, correo electrónico, y cualesquiera otros que interesen al servicio, asumiendo el adjudicatario los costes que estos originen. Será igualmente responsable de su mantenimiento y copias de seguridad.

- Si el objeto de la solución lo requiere, IFEMA puede proporcionar al adjudicatario dispositivos de acceso seguros, siendo estos dispositivos personales e intransferibles y que deben ser custodiados, responsabilizándose al adjudicatario de su pérdida o uso indebido por terceras personas. Una vez finalizado el servicio, el adjudicatario deberá devolver dicho dispositivo.
- Si el objeto de la solución lo requiere, IFEMA puede proporcionar software de acceso seguro a los sistemas informáticos, siendo este software de uso personal e intransferible, debiéndose eliminar a la finalización del servicio.