

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

**SERVICIO DE AGENCIA DE DISEÑO ESTRATEGICO
DE PRODUCTOS DIGITALES**

EXP.- 20/181

SOL. PEDIDO: 2000017710

1. ANTECEDENTES

IFEMA es el primer operador ferial de España y uno de los más importantes de Europa, convirtiéndola en uno de los ejes clave del Madrid de los negocios. Acoge anualmente más de 80 ferias de las cuales el 78% son ferias profesionales, B2B y un 22% ferias dirigidas al público general.

IFEMA se encuentra en un momento estratégico de cambio y crecimiento con unos objetivos de negocio de incremento fuerte de facturación a corto plazo, crecimiento en el número de visitantes anuales y un incremento en la celebración de eventos de ocio dirigidos al público general. Desde este mes de enero gestiona un nuevo espacio, Palacio Municipal de Congresos, que permitirá apoyar la celebración de nuevos eventos y congresos. IFEMA también tiene como foco seguir creciendo en presencia internacional, organizando algunas de sus principales ferias en otros países, en colaboración con operadores locales y con proyectos de consultoría, aportando know-how.

Algunos datos: En 2018, IFEMA recibió a más de 3.500.000 visitantes en los más de 700 eventos que acogió. Un 10% internacionales, principalmente de la UE y Latinoamérica, seguidos de Asia, Norteamérica y África. Participaron más de 31.000 empresas.

2. OBJETO DEL SERVICIO

El propósito del presente documento es establecer los requerimientos para la presentación de ofertas técnicas. IFEMA precisa de una Agencia de Diseño Estratégico para la conceptualización y diseño de productos digitales. Los trabajos se centrarán en la evolución y mantenimiento de los actuales artefactos que componen el canal digital: websites de las ferias y eventos, aplicaciones móviles y portales para las diferentes audiencias (portal del cliente, portal del expositor, portal de prensa, etc).

3. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Este pliego tiene como objetivo la provisión de servicios especializados de diseño estratégico. En este contexto se contempla que la agencia o agencias formalicen un marco de colaboración teniendo como premisas la consecución de las siguientes actividades.

- **Conceptualización de productos digitales:** Desde una perspectiva más estratégica se deberán realizar acciones para la comprensión de los user journeys AS-IS y definición de los TO-BE, identificar escenarios de oportunidad, identificar painpoints, generar insights, conceptualizar escenarios y diseñar productos y servicios.
- **Resolución creativa de problemas:** Realización de workshops que faciliten el trabajo creativo, la generación de ideas y trabajos accionables.

- **Conceptualización de procesos e interacciones:** Identificados los objetivos a perseguir se establecerán los mecanismos necesarios para diseñar los flujos de navegación, interacciones y funcionalidades con una aproximación centrada en los usuarios.
- **Eficiencia y conversión:** Se realizarán actividades para la mejora y optimización de las tasas de conversión de los customer journeys que impliquen procesos de compra.
- **Diseño visual y propagación de activos digitales:** Los diseños conceptuales deberán ser implementados y se realizarán tareas de generación y optimización gráfica de assets.
- **Diseño visual y prototipado:** (Alta y baja resolución).
- **Proporcionar apoyo al equipo de desarrollo:** Se realizarán actividades de desarrollo en tareas de maquetación.
- **Coordinación con otros equipos de UX y Grupos feriales:** Se plantea la provisión de dar soporte y asesoramiento experto a las necesidades que puedan plantear las iniciativas de desarrollo de proyectos digitales de los departamentos feriales.
- **Revisión y validación:** El equipo de UX deberá velar para que los productos conceptualizados se implementen correctamente según lo definido.

El adjudicatario (o adjudicatarios) pondrán a disposición de IFEMA el material y el personal suficiente para la realización de las actividades descritas anteriormente.

Es requisito indispensable que el equipo de trabajo destinado a la prestación del servicio esté disponible en Madrid a requerimiento de IFEMA, debido a la necesidad de cercanía (reuniones periódicas y habituales en las oficinas de IFEMA) para la correcta prestación del servicio. Dentro del alcance del servicio, se establecen reuniones quincenales con el equipo de Marketing, además de las habituales para este tipo de servicio: recogida de briefing, presentaciones de propuestas, reuniones de reporting, etc.

A. LOTE 1: SERVICIOS DE DISEÑO ESTRATÉGICO (RESEARCH, SERVICE & BUSINESS DESIGN)

La agencia adjudicataria será responsable de la provisión de las siguientes unidades de servicio:

- Unidad de servicio: Research Design Services
- Unidad de servicio: Service/Business Design Services

I. UNIDAD DE SERVICIO: RESEARCH DESIGN SERVICES

El proveedor deberá disponer de capacidades técnicas para acometer proyectos de investigación y prospección de mercados. Un correcto análisis y comprensión del mercado como de nuestros usuarios facilitará el correcto ajuste con las necesidades de las personas que lo van a usar.

Esta unidad de servicio se provisionará en base a peticiones de servicio siguiendo una planificación periódica (ver apartado Gestión del Servicio).

Principales actividades:

- Deskresearch, benchmarking y trendwatching sectoriales e intersectoriales
- Entrevistas personales y focus groups: Captación de participantes, elaboración de los guiones de las entrevistas, análisis de resultados y mapeo de hallazgos.
- Observación contextual
- Mystery Shopping
- Definición y elaboración de paneles de usuarios
- Generación de insights
- Análisis heurístico

II. UNIDAD DE SERVICIO: SERVICE/BUSINESS DESIGN SERVICES

El proveedor deberá facilitar la capacidad de definición y facilitación de workshops de diseño estratégico con el objetivo de hacer viable la implementación de la estrategia digital de IFEMA. Esta unidad de servicio se provisionará en base a peticiones de servicio siguiendo una planificación periódica (ver apartado Gestión del Servicio).

Principales actividades:

- Identificación y elaboración de los digital User Journey (As Is & To-Be)
- Definición de hipótesis y escenarios de oportunidad.
- Elaboración de Customer Personas
- Valores/Imperativos/Activos/Códigos de éxito.
- Mapa de stakeholders.
- Generación de Retos Estratégicos
- Conceptualización de soluciones
- Generación de la Propuesta de Valor
- Herramientas de priorización y convergencia

B. LOTE 2: SERVICIOS PROFESIONALES PERFILES ESPECIALIZADOS UX, UI, CRO, CONTENT

La agencia adjudicataria será responsable de la provisión de las siguientes unidades de servicio:

- Unidad de servicio: UX Services (User Experience)
- Unidad de servicio: CRO Services (Conversion Rate Optimization)
- Unidad de servicio: Visual Design and Content Creation Services

I. UNIDAD DE SERVICIO: UX SERVICES (USER EXPERIENCE)

El servicio de UX comprende todas las actividades relacionadas con garantizar la correcta alineación de las necesidades funcionales/técnicas con una experiencia de uso óptima, creando experiencias digitales alineadas con las expectativas de los usuarios y sus modelos mentales.

Se hará uso de la metodología Lean UX en Sprints con el objetivo de obtener feedback lo más pronto posible para tomar decisiones rápidas incluyendo la validación y testing iterativo de los artefactos que se vayan construyendo.

Esta unidad de servicio se provisionará en base a peticiones de servicio siguiendo una planificación periódica (ver apartado Gestión del Servicio).

Principales actividades:

- Prototipado de soluciones de productos digitales multidispositivo y arquitectura de información, flujos, casos de uso, definición de contenidos y copy.
 - Diseño de prototipos navegables.
 - Definición de la arquitectura de información y user stories
 - Wireframes
- Propuesta visual y Design Assets
- Elaboración de los backlogs refinados final para construcción de MVPs
- Informes y ejecución de tests de concepto organizando la información y definiendo la secuencia narrativa lógica a la hora de hacer recomendaciones.

II. UNIDAD DE SERVICIO: CRO SERVICES (CONVERSION RATE OPTIMIZATION)

Los servicios de CRO comprenden la provisión de capacidades relacionadas con el asesoramiento y acompañamiento en la optimización del canal digital de IFEMA.

Esta unidad de servicio se provisionará en base a peticiones de servicio siguiendo una planificación periódica (ver apartado Gestión del Servicio).

Principales actividades:

- Diseño y ejecución de la estrategia de Optimización (CRO) a lo largo de todas las fases de la misma (conceptualización, configuración e insights).
- Desarrollo y análisis de hipótesis que permitan junto a los equipos de producto desarrollar mejoras de negocio basadas en Testing.
- Implementación de técnicas de Tests AB y Personalización de contenidos a través de herramientas tipo Google Optimize 360.
- Desarrollo y maquetación de contenidos web responsive, estáticos y dinámicos.
- Definición y ejecución de planes de pruebas, validación de los contenidos generados garantizando la compatibilidad con dispositivos y navegadores.
- Apoyar al equipo en el diseño conceptual de los contenidos, realizando un aporte de valor.

Herramientas

- Testing: Google Optimize.
- Heat mapping / click tracking: hotjar, clicktale.
- Mockups / diseños: Sketch y Axure.
- Landing pages: Unbounce, Instapage, DLPE.
- QA / UAT: LambdaTest, browserling.

III. UNIDAD DE SERVICIO: VISUAL DESIGN AND CONTENT CREATION SERVICES

Los servicios de diseño visual y creación de contenidos responden a la necesidad de dar cobertura a las operaciones del día a día de las actividades del canal digital.

Desde el área de online se da servicio a los grupos feriales y de negocio de IFEMA, para ello hay un equipo que se encarga de mantener las webs y apps de las diferentes iniciativas de la organización. Cada día se hacen peticiones de actualización de contenidos de estos artefactos. El proveedor deberá proporcionar los perfiles capaces de dar salida a los requerimientos de negocio.

Esta unidad de servicio se provisionará en base a peticiones de servicio siguiendo una planificación periódica (ver apartado Gestión del Servicio).

Principales actividades:

- Soporte en el mantenimiento y gestión de contenidos de los diferentes websites de IFEMA (Ferias, Eventos y Corporativo) (+100)
- Declinación y propagación visual: Creación de contenidos para banners, campañas de marketing, imagen corporativa, etc.
- Soporte en la elaboración de contenidos web y posterior contribución en el gestor de contenidos web OWC (Oracle Web Center).

- Maquetación de elementos como emails, PDFs, formularios, etc.
- Gestión y coordinación

4. GESTIÓN DEL SERVICIO

A. MODELO DE GESTIÓN

Con objeto de analizar, evaluar y revisar la calidad del servicio, y efectuar un mayor y mejor control y seguimiento del mismo, se constituirá un Comité de Control y Seguimiento, formado por representantes de IFEMA y del Proveedor.

Además, tendrá como objetivo, la introducción de mejoras en el funcionamiento del servicio, así como recoger posibles actualizaciones de las condiciones de provisión del servicio y del presente documento.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

- El proveedor presentará la estructura organizativa que compondrá el equipo de trabajo propuesto para la prestación del servicio.
- En ella se incluirán las líneas generales de la composición del equipo de trabajo describiendo la estructura organizativa del mismo en función de los servicios y actividades a desempeñar durante el proyecto.

GESTIÓN DEL SERVICIO

- El proveedor será responsable de proporcionar de forma periódica los informes de nivel de servicio acordados y que serán utilizados en las reuniones de calidad y seguimiento convocadas.
- El proveedor deberá indicar la composición de los órganos de gestión que participaran en el comité de seguimiento y control del servicio.
- La gestión del servicio debe estar integrada con el gobierno y procesos de IFEMA.
- Será valorada cualquier sugerencia respecto a los mecanismos de control y gestión del proyecto.

B. MODELO DE RELACIONES CON EL PROVEEDOR

I. COMITÉ DE SEGUIMIENTO Y CONTROL (CSC)

Tiene como objetivo velar para que la estrategia y los objetivos del servicio estén alineados con los de IFEMA, además de controlar y garantizar que todas las decisiones y operaciones se ejecutan y ajustan a dicha estrategia con los niveles de calidad y eficiencia requeridos por IFEMA. Se incluyen las tareas de coordinación, dirección y control de los esfuerzos necesarios para la ejecución del plan de acción conforme a los plazos y niveles de calidad comprometidos.

El comité de seguimiento y control se reunirá al menos en las siguientes ocasiones:

- Kick-off de la transición
- Finalización de la Fase de Transición de entrada
- Mensualmente o trimestralmente.
- De forma extraordinaria cuando sea requerido por IFEMA.

Las principales funciones a lo largo del proyecto son:

- Supervisión de los Planes de Acción
- Monitorización de los avances del proyecto y servicios durante el periodo bajo análisis para asegurar que se alcanzan los niveles de calidad y eficiencia acordados.
- Resolución de situaciones de especial significación surgidas en la Gestión diaria del Servicio y no resueltas
- Revisión y actualización de la planificación de los trabajos y el grado de avance de los mismos
- Revisión de la prioridad de las tareas solicitadas
- Aprobación de los avances sobre el proyecto y servicios
- Presentación de las propuestas de cambios en los procedimientos del modelo de servicio, herramientas del modelo y sistemas del modelo.
- Revisión del volumen de solicitudes y peticiones al Service Desk.
- Revisión de las acciones necesarias para coordinar los equipos de trabajo asignados.
- Cambios de Staffing por parte del proveedor y IFEMA.

C. EQUIPO DE TRABAJO

Los profesionales asignados al servicio deberán cumplir con los niveles de conocimiento y certificación que permitan garantizar el correcto desarrollo y gestión del servicio.

Se deberá poner a disposición de IFEMA un equipo senior, estable y con experiencia demostrada. Se requiere que los miembros del equipo propuesto tengan experiencia en las actividades expuestas en las diferentes unidades de servicio.

El dimensionamiento presentado en este apartado debe tomarse como valor de referencia del servicio objeto de este documento. El proveedor deberá modificar dicha composición y organización del servicio con el objetivo de obtener la máxima calidad para IFEMA.

El proveedor deberá incluir en su oferta los perfiles propuestos para dotar de capacidad a este servicio, así como su porcentaje de dedicación.

El equipo de trabajo asignado a la prestación del servicio estará disponible en Madrid, debido a las reuniones periódicas que se tendrán en las oficinas de IFEMA (reuniones de seguimiento quincenales y otras reuniones de recogida de briefings, presentación de propuestas, etc.)

I. COMPOSICIÓN DEL EQUIPO

Las agencias deben poner a disposición de IFEMA un equipo senior, estable y con experiencia demostrada. Se deberá disponer de los perfiles que se detallan a continuación para dar cobertura a las actividades de las unidades de servicio:

Para ambos lotes el licitador aportará un compromiso firmado de no sustitución, ni definitiva ni puntualmente, durante toda la vigencia del contrato, incluidas sus posibles prórrogas, de los integrantes del equipo que haya identificado en su oferta, por personas distintas. En ese compromiso deberá manifestar expresamente que cualquier cambio o sustitución de las referidas personas deberá someterlo a aprobación por escrito de IFEMA, sin cuya autorización no podrá llevarlo a efecto.

LOTE 1 - Servicios de diseño estratégico relacionados con Research, Service & Business Design

- Design Researcher (experiencia mínima: senior +4 años)
- Business/Service Designer (experiencia mínima: senior +4 años)

LOTE 2 - Servicios profesionales para la provisión de perfiles especializados en UX, UI, CRO, generación de activos digitales

- UX Interaction Designer/Coordinador (experiencia mínima: senior +4 años)
- UI Visual Designer (experiencia mínima: senior +4 años)
- CRO Specialist (experiencia mínima: senior +4 años)
- Maquetador Web/CMS OWC (experiencia mínima: senior +4 años)

D. GESTIÓN DE LOS RECURSOS O FTES

Se definen unas horas aproximadas por perfil definiendo un porcentaje de dedicación de cada perfil al proyecto. A tener cuenta que se trata de un servicio dinámico en su ejecución y se puede dar lugar a la variabilidad de perfiles asociados al mismo por lo que la facturación se realizará mensualmente únicamente de las horas realmente llevadas a cabo de cada uno de los perfiles.

- Provocadas por la incorporación de nuevos artefactos al canal digital, en cuyo caso se comunicarán al inicio de la prestación del servicio.
- Provocadas por la no continuidad de iniciativas, que se comunicarán con una antelación mínima de 30 días.
- Provocadas por cambios en las necesidades de IFEMA, que se comunicarán con una antelación mínima de 30 días.

Mensualmente, en las reuniones del Comité de Seguimiento, se medirá la fluctuación de las Unidades de Trabajo del Servicio definidas en el plan de distribución y se reportarán en los informes de seguimiento.

E. MEDIOS MATERIALES Y TÉCNICOS

Todo el equipamiento necesario para la prestación del servicio será suministrado por el Proveedor. Cualquier otro gasto relacionado con los equipamientos y no explícitamente enunciado, deberá también ser asumido por éste.

El Proveedor debe disponer como mínimo de los siguientes requisitos tecnológicos:

- Ordenador portátil y el soporte técnico necesario para garantizar el correcto funcionamiento en el mismo de las aplicaciones requeridas para el servicio.
- Capacidad para conectarse a Internet de manera autónoma (pincho USB, WI-FI y/o cualquier otro sistema que no requiera de WiFi) y con la velocidad satisfactoria para cumplir con el servicio en tiempo y forma. Correrá de cuenta del Proveedor tanto el gasto en el dispositivo como el coste del consumo de datos necesario para cumplir con todas las tareas exigidas. El Proveedor no podrá en ningún caso apelar a un límite de datos por encima del cual no asume el coste.
- Cuenta corporativa de correo electrónico.
- Cumplimiento de todas las especificaciones técnicas requeridas por IFEMA.

F. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Preferentemente el servicio se realizará en modo mixto, presencial en IFEMA y en las oficinas del proveedor según necesidades. Siendo indispensable y requerimiento excluyente no provisionar la localización del servicio de las oficinas de IFEMA:

G. RESPONSABLE / S DEL SERVICIO.-

El adjudicatario designará a una persona de su plantilla como Responsable de servicio y que actuará ante IFEMA como responsable e interlocutor válido para cualquier cuestión relacionada con los servicios encomendados.

H. OBLIGACIONES DEL PERSONAL.-

En ejercicio del indelegable poder de dirección que le confiere la legislación, el adjudicatario planificará, organizará, dirigirá, supervisará y responderá de los actos de su personal, con especial incidencia en los siguientes apartados:

El personal del adjudicatario que realice la prestación contratada, estará obligado a realizar su función con la debida diligencia y eficacia, siendo el adjudicatario, responsable de la conducta de su personal y de los desperfectos que ocasionen en el material asignado a su cargo.

I. SUPERVISIÓN DEL PERSONAL DEL ADJUDICATARIO.-

Será exclusiva responsabilidad del adjudicatario la organización, formación, control, dirección, selección, aseguramiento, retribución, disciplina y cuantas facultades y obligaciones atribuya la legislación laboral a los empresarios, y en particular, respecto de los retrasos, ausencias, sustituciones, enfermedad o cualquier otra situación similar en que pudieran incurrir sus empleados, así como reclamaciones.

El personal del adjudicatario deberá estar dirigido y controlado por el/los responsable/s pertenecientes al adjudicatario, mencionado en el apartado de RESPONSABLES DEL SERVICIO, quién, como interlocutor de dicha empresa, coordinará la prestación del servicio y sus diferentes aspectos con IFEMA, actuando de acuerdo con las indicaciones que reciba de IFEMA.

La presencia de esta/s persona/s responsables será obligatoria en las reuniones de coordinación, previas al inicio del servicio y durante la prestación

J. ACCESO A DEPENDENCIAS DE IFEMA.-

IFEMA facilitará el acceso del personal del adjudicatario a sus locales si bien, en este supuesto, dicho personal deberá cumplir con la normativa interna de acceso y uso de las dependencias que IFEMA tenga establecido para su propio personal (del incumplimiento de la normativa por parte de su personal responde el adjudicatario).

Queda expresamente prohibida la adquisición, por el personal de la empresa adjudicataria, de cualquier artículo, producto o servicio expuestos en los certámenes profesionales celebrados por Ifema, así como la visita a los certámenes o actos durante la prestación del servicio.

K. PERSONAS DE CONTACTO.-

Para cualquier aclaración deben dirigirse a Macarena Pastor, de la Dirección de Compras y Logística de IFEMA, email: macarena.pastor@ifema.es. Teléfono: 91. 722. 57 .23