

**CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DESARROLLO DE UNA PLATAFORMA  
DIGITAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE COMUNIDADES Y EVENTOS DE  
IFEMA**

**EXP. 20/221**

Les informamos de las consultas realizadas por las empresas interesadas y de las respuestas facilitadas por IFEMA, relacionadas con el expediente de referencia:

1. ¿El sobre 2 técnico lo componen tres documentos separados para cada uno de los Criterios 1, 2 y 3 del Apartado 8.1 del Cuadro de Características o bien hay que presentar una propuesta técnica unificada?

En el sobre o archivo electrónico número 2 “DOCUMENTACIÓN PARA LA VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS NO EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS”, se deberá incluir la documentación que se señale, para este Sobre, en el Apartado 8.1 del Cuadro de Características relativa a los criterios de adjudicación cuya cuantificación dependa de un juicio de valor, no evaluables de forma automática, indicados en el mismo apartado, relativos a los criterios:

CRITERIO 1.- Plan de desarrollo diseño de contenidos y activación y gestión de comunidades

CRITERIO 2.- Plan de Comercialización y Adaptación para la Captación de Oportunidades mediante el uso de la plataforma en Ámbito Internacional

CRITERIO 3.- Metodología de Desarrollo Software Planteada

La estructura de presentación de ofertas prevista en el portal de licitación electrónica requiere de la presentación de la documentación, en función de cada uno de los tres criterios descritos anteriormente. Por tanto, se debe presentar una documentación específica para cada uno de los tres criterios de adjudicación y, en cada uno de los tres criterios, los licitadores deberán aportar lo requerido en el mismo, según lo descrito en el apartado 8.1. del Anexo I del pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

2. En relación al Apartado 4 del PPT - bajo qué Criterio de los marcados en el Anexo I, apartado 8.1 ¿hay que incluir lo que se pide en el apartado 4 del PPT?

Los servicios de soporte Digital Business serán necesarios para poder desarrollar los siguientes criterios de valoración:

- Criterio 1: Plan de desarrollo diseño de contenidos y activación y gestión de comunidades. Será necesario proveer de una capacidad con relación a la

generación de contenidos para poder dinamizar las comunidades correctamente.

- Criterio 2: Plan de Comercialización y Adaptación para la Captación de Oportunidades mediante el uso de la plataforma en Ámbito Internacional. En este contexto se espera que el ofertante especifique los mecanismos a utilizar para desarrollar un plan de comercialización que ofrezca las máximas garantías de éxito. Para ello será necesario definir los servicios a comercializar, una actividad que conlleva un trabajo previo de Discovery de necesidades (Market Research). Ambas áreas de actuación se deberán facilitar mediante la provisión de servicios profesionales especializados. La voluntad es disponer de un laboratorio de observación de tendencias (Trendwatching) y la posterior industrialización de servicios a comercializar, siempre bajo la estrategia global digital.

3. Pliego prescripciones técnicas - 5.1.1 Plan de capacidad previsto -> En ninguno de los squads hay perfil de DevOps. ¿Algún otro rol asume las funciones de DevOpS o haría falta incluirlo aparte?

En relación con el perfil de DevOps, será responsabilidad de adjudicatario implantar una práctica eficiente de ALM y DevOps, asignando los roles a los perfiles técnicos requeridos, que trabajarán en colaboración con los diferentes equipos de desarrollo y tendrán la dedicación necesaria según las necesidades del proyecto en cada momento. Lo mismo ocurre con la práctica Quality Assurance. Adicionalmente se espera que todos los equipos técnicos tengan sensibilidad y compromiso por el aseguramiento de la calidad de los desarrollos. De este modo, se espera que los equipos técnicos estén alineados en lo que concierne al uso de las mejores prácticas para el desarrollo de software y productos digitales.

El proveedor deberá presentar una propuesta de asignación de perfiles con estos roles (DevOps y Calidad) con su dedicación estimada a lo largo del proyecto.

4. En el Criterio 2 - se debe detallar el marco metodológico de la estrategia de comercialización (es decir las actividades a realizar para obtener esa estrategia) o se debe incluir la estrategia en sí? La misma duda nos surge en el caso del plan de formación, detallamos el marco metodológico o el contenido del Plan de formación? Gracias.

En relación con la estrategia de comercialización, hay que aportar las actividades a desarrollar para definir, conjuntamente, dicha estrategia y los recursos puestos a disposición de ese objetivo, tanto de la definición de la estrategia como del seguimiento comercial conjunto.

En el Plan de Formación detallar la metodología a aplicar y el alcance del contenido a desarrollar en dicha formación.

5. En relación al Anexo I AL PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS - CRITERIO 1 Plan de lanzamiento: -Plan de formación y soporte. ¿Esta formación a qué tipo de alumnado es? tampoco entendemos bien qué tipo de soporte se ha pensado y a qué. - Plan de dinamización: ¿A qué se refiere con dinamización de espacios? es una gestión digital de comunidades más allá de la feria pero también hay que proponer dinamizar el espacio físico durante la duración de la/s feria/s? Prescripciones técnicas Punto 3.2.2.2.Awareness: la creación de una nueva propuesta de valor y lanzamiento de la nueva marca generará notoriedad. ¿El adjudicatario se encargaría también del re-diseño y creación de la nueva marca? Muchas gracias.

El plan de formación y soporte se orienta a los Key Members de la comunidad. Según la naturaleza de la comunidad, pueden ser que los usuarios que deban recibir orientación sean usuarios internos de IFEMA y/o externos a la organización, pero con un rol de colaborador cercano a la iniciativa, como pueden ser agencias externas, co-organizadores, etc.

Cuando hablamos de dinamización de espacios, nos referimos a los grupos que pueden haber dentro de una comunidad online, no a los espacios físicos.

En relación al punto 3.2.2.2, no se espera que el adjudicatario se encargue del re-diseño de las marcas. Si que puede ser necesario realizar actividades de propagación visual y adaptaciones de los artefactos digitales.

**EL PRESENTE DOCUMENTO PASA A FORMAR PARTE INTEGRANTE DEL PLIEGO DE BASES, QUEDANDO AFECTOS EN LOS TÉRMINOS PREVISTOS EN EL CITADO PLIEGO**

**Dirección de Compras y Logística**

30 de diciembre de 2020