



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS LOTE 2

CONTRATACION DE SERVICIO DE CONSULTORÍA PROYECTOS DATA

EXP 21/214 - 2000019700

1. INTRODUCCIÓN - IFEMA MADRID

IFEMA MADRID es el primer operador ferial de España y uno de los más importantes de Europa, siendo 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 (B2C). IFEMA MADRID 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 2019 (año previo a la pandemia del COVID-19), IFEMA MADRID recibió 4.323.775 visitantes en los 898 eventos que acogió. Un 10% internacionales, principalmente de la UE y Latinoamérica, seguidos de Asia, Norteamérica y África. Participaron más de 33.000 empresas.

2. ANTECEDENTES

IFEMA MADRID se encuentra en un proceso de transformación digital, que afecta integralmente a todos los niveles de la organización. Una transformación digital que, sobre todo, con la pandemia del COVID-19, se ha mostrado más que necesaria y fundamental para adaptarnos a las nuevas circunstancias.

- La seguridad en los eventos físicos se ha visto comprometida
- El entorno digital aporta garantías y escalabilidad
- Necesidad de estandarizar y automatizar procesos para la optimización de recursos
- La digitalización no solo favorece a la eficiencia, sino también al ahorro en la inversión
- El conocimiento que ofrece la digitalización sobre el negocio contribuye a mejorarlo

En este contexto, es imprescindible trabajar en un proyecto global y con una visión de conjunto, en el que estrategias, herramientas y recursos humanos deben alinearse con un objetivo claro: la mejora de nuestro negocio en el proceso de adaptación a la situación presente y futura, pero sin olvidar de dónde venimos y quiénes somos.



IFEMA MADRID, con el desarrollo de su actividad durante más de 4 décadas ha generado enormes cantidades de información y datos, los cuales se encuentran en un continuo crecimiento, sobre todo en este proceso de digitalización. La información aporta conocimiento, desde la forma en el que se recopila o almacena, el modo en la que se gestiona y se utiliza para lograr nuestros objetivos.

En este enfoque, y ligado al crecimiento y mejora de nuestros activos digitales (Página web, Aplicación móvil, sistemas de recogida y almacenamiento de bases de datos, control de visitantes y tráfico en ferias, etc.), surge la necesidad de actualizar las actuales herramientas y procesos para la medición, procesado y análisis de datos.

ACTUAL STACK TECNOLÓGICO

Desde finales de 2013 la herramienta de analítica digital de la casa es Google Analytics Standard. Apoyamos toda la medición en Google Tag Manager y tenemos ya varios dashboards construidos en Google Data Studio. Próximamente comenzará una estrategia de A/B Testing, a través de la herramienta Google Optimize 360 (licencia que solicitamos en conjunto con la de GA360). Asimismo, iremos actualizando el ecosistema de datos a las últimas versiones de Google Analytics 4.

Durante 2019 se culminó, en el marco de la estrategia de transformación digital, donde se rediseñaron todas las webs feriales y la web institucional de IFEMA MADRID. Se ha implementado un sistema de medición avanzada en las nuevas webs.

Esta medición avanzada se ha basado en el enriquecimiento de la capa de datos: se han incluido variables en data Layer relativas a los contenidos de cada página, además de variables relativas a interacciones o cualificación de usuarios en data Layer. Además, se incluyen variables específicas de producto (ferias). Se han empezado a incluir también variables desde la API Ficha Feria.

Asimismo, se ha realizado una estrategia completa de implementación de tags de Google Ads y Floodlights para medición de las campañas. También existen tags de otros vendors (Facebook, LinkedIn, Twitter, Bing). Estos tags han sido implementados desde nuestro gestor de etiquetas Google Tag Manager.

Durante 2020 se ha incorporado una nueva ticketera online en la organización: One Box. Desde este entorno (tickets.ifema.es) se ha empezado a vender entradas para visitantes B2B y B2C (San Isidro Madrid, Fitur, Salón VO, Arco, Expodental, Almoneda...). La implementación realizada aquí es híbrida Basic Ecommerce y Enhanced Ecommerce y se reparte en diferentes propiedades de GA.

Actualmente, estamos utilizando el ecosistema publicitario de Google (CM, DV360, Google Ads, SA360, Ad Manager) para campañas de marketing y redes sociales así como para publicidad en buscadores y display y programática. Además, utilizamos la herramienta de notificaciones push Indigital y la de email marketing Mailjet. Adicionalmente, nos encontramos en un proceso de implementación de Salesforce y también deberá integrarse en el mismo ecosistema.

Esta medición está cubierta con la versión gratuita de la herramienta Google (Google Analytics): líder indiscutible en el sector de la Analítica Digital. Esta herramienta es eficaz y desempeña su función con garantías y calidad, pero dado el incremento en el volumen de datos recopilados y las exigencias en el análisis e integración con otras herramientas, surge la necesidad de actualizarla a su versión Premium Google Analytics 360 (GA360).



GDPR

En este marco tecnológico, IFEMA MADRID, también debe actualizarse en cuanto a normativas de Privacidad y Protección de Datos. En Mayo de 2018, el Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea (GDPR) entra en vigor para mejorar la protección de datos personales.

El Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) (Reglamento 2016/679) es un reglamento por el que el Parlamento Europeo, el Consejo de la Unión Europea y la Comisión Europea tienen la intención de reforzar y unificar la protección de datos para todos los individuos dentro de la Unión Europea (UE). También se ocupa de la exportación de datos personales fuera de la UE.

En este marco, se hace necesaria la gestión eficiente y precisa de las cookies, como elementos que almacenan información sobre el usuario en el navegador. Dado que existen diferentes tipologías de cookies (estrictamente necesarias, de rendimiento, funcionales, publicitarias y sociales), es imprescindible informar de ellas y adaptar los diferentes niveles de consentimiento para que el usuario pueda decidir cuáles quiere que le impacten y cuáles no.

Tener el consentimiento de los consumidores para que se recopilen sus datos con fines publicitarios es clave para que las empresas de publicidad puedan cumplir con la ley GDPR. En este ámbito entran en juego los CMP o Plataformas de Consentimiento.

En Ifema Madrid trabajamos con One Trust, un proveedor de CMP que, hasta la fecha, nos ha prestado servicio, pero que ha mostrado carencias, tanto a nivel plataforma como en la calidad de soporte que ofrecen a sus usuarios. Además, tiene limitaciones en la flexibilidad de configuración en el front-end (aparición en web pública) y en el back-end (parte de desarrollo, que se encarga de la lógica de la web). Asimismo, One Trust ha mostrado ser mejorable en la integración con nuestro gestor de etiquetas (Google Tag manager) o a nivel reporting. La licencia actual de One Trust finaliza en mayo de 2022. La empresa licitada deberá definir con prioridad (máximo febrero 2022) las características que debe reunir el CMP para la publicación de un nuevo pliego para la licitación del CMP con las características definidas.

3. OBJETO DEL SERVICIO. -

El objeto del servicio es la puesta en marcha de un servicio de consultoría para el departamento de Data y Analítica Digital de IFEMA MADRID, el cual tendrá un carácter diverso según la naturaleza y las necesidades del momento.

IFEMA MADRID, dentro de su proyecto integral de Data, necesitará asistencia y consultoría en diferentes ámbitos, que vendrán definidos por el contexto del mercado y de las continuas actualizaciones y novedades que acontecen tanto en las plataformas que usamos como en los desarrollos requeridos.

Con estos antecedentes, y adaptándose al stack tecnológico y al ecosistema digital donde se sustenta la medición y el procesado del dato de IFEMA MADRID, la consultora licitada deberá prestar servicio a las necesidades de la organización, asegurando la correcta y actualizada implementación en los siguientes ámbitos:

- Alineamiento de medición con plataformas Google + Salesforce y actualización de requerimientos y funcionalidades de mercado
 - o Integración táctica plan de medición Ifema Data
 - o Google Analytics 360 + Google Analytics 4
 - o Google Tag Manager (client + server side)
 - o Google Data Studio
 - o Google Optimize 360
 - o Consent Mode
 - o Integraciones con plataformas y know how mercado:
 - Salesforce Sales + Marketing Cloud
 - DV360
 - Campaign Manager 360
 - Search Ads 360
 - CMP
 - Consent Mode
 - Entorno cookieless
 - Envío y procesado datos Google Cloud Platform (Big Query)
 - Requerimientos para consentimientos y reglamentación GDPR (IAB + TCF)

4. ALCANCE DELSERVICIO. -

IFEMA MADRID hará entrega al adjudicatario del plan de medición definido para que valore si procede algún tipo de ampliación o modificación. Anexo 1. En este plan de medición estará definida toda la estrategia de medición y analítica de la organización, así como la arquitectura de los datos recopilados, naming convention, objetivos y KPI, stakeholders, etc.

Se ha estimado el volumen de trabajo de consultoría en un aproximado de 500 horas en total, aunque se trata de un estimado y puede variar en función de las necesidades de IFEMA MADRID.

*Las exigencias de consultoría podrían variar con otras necesidades adicionales que no están en este apartado y que sean necesarias de implementar, siempre dentro del marco o alcance de este pliego.

5. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO. - REQUISITOS MÍNIMOS

Conforme a lo indicado en el apartado anterior, el adjudicatario será responsable del siguiente servicio, siempre adaptándose a las necesidades y requerimientos del momento:

- Consultoría data
 - o En estas horas de consultoría, IFEMA MADRID requerirá soporte para completar tareas tanto de índole técnica-táctica, de configuración y de gestión de nuestras cuentas de Google Marketing Platform, como de ingeniería o visualización de datos.
 - o Implementaciones e integraciones con plataformas stack publicitario Google, Facebook, TikTok, Linkedin, Twitter, Spotify, Youtube, Bing, etc.

- Integración con proyecto CRO. Actualmente, trabajando con agencia externa y equipo interno. Actual plataforma: Google Optimize.
- IFEMA MADRID requerirá en una primera etapa de soporte en Google Cloud Platform para construir el ecosistema de datos desde BigQuery, así como su integración con otros sistemas internos de IFEMA MADRID.
- La consultoría para los proyectos Consent Mode, CMP y GTM server side deberá integrarse dentro de la estrategia transversal de datos de IFEMA MADRID y alinearse con el plan de medición que actualmente se está siguiendo.
- La empresa licitada deberá definir los requisitos que ha de tener el CMP seleccionado para cumplir con las necesidades de IFEMA MADRID. Esta definición será prioritaria sobre el resto de tareas, dado que en mayo de 2022 finaliza la licencia de la actual plataforma CMP (One Trust) y será preciso publicar un pliego para esta licitación antes de febrero 2022
- Se requiere entregar un informe mensual para ver la evolución del consumo de las horas y un breve detalle de en qué se han consumido, en los primeros 5 días del mes siguiente. Se requiere transparencia a la hora de desglosar en qué tareas se han consumido las horas.
- Implementación de tags y desarrollo de la solución Server 2 Server en función de plan de medición preexistente de Ifema Madrid
- Implementación Google Consent Mode. La agencia licitada deberá aportar experiencia actualizada en la gestión de CMP (actualmente One Trust y posible migración a otra plataforma de mercado, en función de requerimientos definidos por la empresa licitada) y en la integración de este dentro de las exigencias y actualizaciones de la GDPR según IAB, o el organismo que se aplique en cada región geográfica en la que IFEMA MADRID tenga actividad. Asimismo, desarrollará todas implementaciones necesarias relacionadas con esta parte, siempre dentro del ecosistema de medición.
- Adaptación al entorno cookieless e integración con plan de marketing digital de IFEMA MADRID
- Integración con SF Sales Cloud y Marketing Cloud
- Integrar datos de suite en BigQuery de Ifema Madrid. Integración con proyecto Data de Ifema Madrid y definición/modelado de datos basados en objetivos y necesidades. Data Lake futuro.
- Implementación/actualización GA4 conforme a plan de medición preexistente de Ifema Madrid
- Proyecto nuevas APP (Ifema Institucional iOS + Android, Plataforma Comunidades...) y configuración herramientas de medición. Solicitud de propuesta ampliada plan de medición actual con APP.
- Configuración/actualización de actuales informes Data Studio a las nuevas necesidades.
- Implementación de Dashborard (plataforma a definir)

6. EQUIPO HUMANO REQUERIDO

- Perfil con conocimiento en:
 - ingeniería de datos
 - analítica digital especializado web + app

- GDPR y sus actualizaciones

El adjudicatario debe poner a disposición de IFEMA MADRID un recurso senior, estable y con experiencia demostrada no menor a 5 años. Se necesitará soporte en la integración de todos los datos de medición de IFEMA MADRID en Google Cloud Platform a través de Big Query y ETL para su envío hacia otros entornos (Data Lake IFEMA MADRID, Dashboarding IFEMA MADRID).

El adjudicatario garantizará que el procesado y utilización de estos datos será estable y escalable y que el ownership de esta data pertenecerá a IFEMA MADRID, así como la gestión de la facturación.

La agencia acreditará la calidad de los trabajos realizados con los pertinentes certificados oficiales de Google (GTM, Analytics, Optimize, Data Studio).

La agencia acreditará expertise en sus recursos destinados en implementaciones de Consent Mode, CMP, GTM server side, integraciones y casos de uso con Salesforce Sales Cloud y Marketing Cloud

* Todas las integraciones realizadas deberán ser validadas por el equipo de Dirección de Tecnologías de la Información de IFEMA MADRID.

6.1 Metodología de trabajo

El adjudicatario adjuntará como anexo a este pliego, los siguientes requisitos:

- Plan de trabajo y distribución de las horas de los primeros 12 meses. Teniendo en cuenta fecha de inicio de trabajo en el mes inmediatamente posterior a la resolución de la licitación. En dicho mes, nos encontraremos en proceso de implementación avanzada de toda la herramienta (capa de datos: variables y eventos, configuración de Google Analytics: comercio electrónico mejorado, objetivos, funnels, agrupaciones de canales y contenido).
- Informe y plan de seguimiento de la dedicación de horas y tareas en una herramienta de gestión de proyectos a elección del adjudicatario creando un usuario para el personal de IFEMA MADRID que gestione este servicio.
- Jornada laboral: se deberá tener disponibilidad de lunes a jueves en horario de 9 a 18 horas y el viernes de 9 a 14 horas. En jornada estival será de 8 a 15 horas de lunes a viernes.

7. RESPONSABLE DEL SERVICIO.

El adjudicatario designará a una persona que actuará ante IFEMA MADRID como responsable e interlocutor válido para cualquier cuestión relacionada con los servicios encomendados, así como un responsable técnico del montaje a realizar, pudiendo recaer dicho cometido en la misma persona.

8. PERSONAS DE CONTACTO.

Les recordamos que, para cualquier consulta o aclaración de carácter administrativo, técnico o económico sobre este expediente, debe proceder conforme a lo previsto en los apartados de CONSULTAS y PROPOSICIÓN Y DOCUMENTOS del pliego administrativo.



Igualmente, les recordamos que, para aquellas cuestiones que puedan afectar a la operativa / funcionalidad del portal de licitación electrónica de IFEMA MADRID, existe un área de soporte y consulta a licitadores dentro de la web:

Preguntas frecuentes: <https://licitaciones2.ifema.es/html/preguntas-frecuentes>

Manual de uso de la plataforma: https://licitaciones2.ifema.es/resources/Guia_Licitadores.pdf

Soporte y contacto con plataforma: <https://pixelware.com/servicios-soporte-licitadores/>

El contacto telefónico con el encargado de la gestión del expediente perteneciente a la Dirección de Compras y Logística de IFEMA MADRID, que se cita a continuación, se limitará a cuestiones meramente informativas no vinculantes sobre el propio proceso de licitación.

Macarena Pastor, 91.533.97.23.