PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS
LOTE 2

CONTRATACION DE SERVICIO DE CONSULTORÍA PROYECTOS DATA

EXPEDIENTE 26/219 - 2000028776 y 2000028777

1. INTRODUCCIÓN - IFEMA MADRID

IFEMA MADRID es el primer operador ferial de España y uno de los más importantes de Europa, y constituye uno de los ejes clave del Madrid de los negocios. Su actividad integra ferias profesionales (B2B), eventos dirigidos al público general (B2C), congresos y otros formatos presenciales, digitales e híbridos. IFEMA MADRID mantiene como foco el crecimiento nacional e internacional, el desarrollo de nuevos productos y la mejora continua de la experiencia de expositores, visitantes, organizadores y demás grupos de interés.

Algunos datos y elementos de contexto:

La actividad de IFEMA MADRID genera un volumen creciente de interacciones y datos procedentes de sus activos digitales, campañas, plataformas de registro y ticketing, aplicaciones, soluciones comerciales y sistemas corporativos. Este crecimiento exige una medición homogénea, fiable, escalable y orientada a la toma de decisiones.

2. ANTECEDENTES

IFEMA MADRID se encuentra en un proceso continuo de transformación digital y evolución hacia un modelo data driven que afecta de forma transversal a los distintos niveles de la organización. Esta transformación requiere adaptar la arquitectura de medición, los procesos de gobierno y las capacidades analíticas a la evolución de los activos digitales, los modelos de consentimiento, las plataformas publicitarias y el ecosistema tecnológico corporativo.

- La medición digital debe ser consistente, trazable y resiliente ante los cambios tecnológicos y regulatorios.
- El entorno digital aporta garantías, escalabilidad y nuevas capacidades de conocimiento del usuario y del negocio.
- Es necesario estandarizar, documentar y automatizar procesos para optimizar recursos y reducir riesgos de calidad del dato.
- La digitalización favorece la eficiencia, la optimización de la inversión y una mejor activación de los datos.

- El conocimiento derivado de los datos contribuye a mejorar la planificación, la comercialización, el marketing y la experiencia de cliente.

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

La analítica digital de IFEMA MADRID se sustenta en Google Analytics 4 y Google Analytics 360, Google Tag Manager en sus vertientes client-side y server-side, y soluciones de visualización y explotación del dato. La medición se integra con el ecosistema de Google Marketing Platform, plataformas de consentimiento, herramientas de optimización y experimentación, y sistemas corporativos y comerciales.

Los activos digitales de IFEMA MADRID disponen de una medición avanzada basada en planes de medición, capas de datos, eventos y parámetros de negocio. Esta configuración debe revisarse y evolucionar de forma continua para acompañar nuevos desarrollos, productos, ferias, experiencias digitales y cambios en las plataformas.

Esta medición avanzada se basa en el enriquecimiento de la capa de datos y en la definición de eventos, parámetros y dimensiones relacionados con contenidos, interacciones, cualificación de usuarios, productos feriales, procesos de registro, ticketing y conversión. Asimismo, se incorporan datos procedentes de APIs y sistemas internos cuando resulta necesario para completar la trazabilidad.

Asimismo, existe una estrategia de implementación y gobierno de etiquetas publicitarias y de conversión para Google Ads, Campaign Manager 360, DV360, Search Ads 360 y otros proveedores de medios y redes sociales. Estas etiquetas se gestionan mediante Google Tag Manager y, cuando procede, a través de arquitecturas server-side.
IFEMA MADRID dispone de plataformas de registro, ticketing y comercialización online para visitantes B2B y B2C. La consultoría deberá asegurar la continuidad y evolución de la medición de estos entornos, con independencia de la plataforma tecnológica empleada, garantizando la correcta identificación de los principales hitos del funnel y de las transacciones.

Actualmente se utiliza el ecosistema publicitario de Google —entre otras plataformas— para campañas de marketing, publicidad en buscadores, display y programática, junto con herramientas de redes sociales, CRM, marketing automation, notificaciones y correo electrónico. Salesforce Sales Cloud y Marketing Cloud, así como el resto de sistemas corporativos, deberán integrarse en el ecosistema de medición y explotación del dato cuando resulte aplicable.

El incremento del volumen de datos, la necesidad de análisis avanzado y la integración con otras plataformas requieren mantener y evolucionar el entorno de Google Analytics 360 y Google Analytics 4, así como su conexión con BigQuery y con la plataforma de datos de IFEMA MADRID.

GDPR

En este marco tecnológico, IFEMA MADRID debe mantener actualizadas sus soluciones y procesos de Privacidad y Protección de Datos, atendiendo al Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea (RGPD), a la normativa aplicable y a los criterios e instrucciones que determine IFEMA MADRID.

El Reglamento General de Protección de Datos (Reglamento UE 2016/679) refuerza y unifica la protección de los datos personales de las personas físicas dentro de la Unión Europea y regula, entre otros aspectos, su tratamiento y las transferencias internacionales de datos.

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.

Disponer de una base de consentimiento válida y correctamente implementada resulta esencial para el tratamiento de datos con fines analíticos y publicitarios. En este ámbito son relevantes las plataformas de gestión del consentimiento (CMP), su integración con el gestor de etiquetas y la correcta aplicación de Consent Mode y de los marcos técnicos vigentes.
IFEMA MADRID dispone de una plataforma de gestión del consentimiento y podrá evolucionar, sustituir o ampliar esta solución durante la vigencia del contrato. La consultora deberá prestar soporte en la definición de requisitos, configuración, auditoría, integración técnica, reporting y gobierno del consentimiento, coordinándose con los equipos internos y con los proveedores implicados.

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 la medición con las plataformas Google, Salesforce y la plataforma de datos de IFEMA MADRID, así como actualización de requerimientos y funcionalidades de mercado.
    - Integración táctica y evolución del plan de medición IFEMA Data.
    - Google Analytics 360 y Google Analytics 4.
    - Google Tag Manager client-side y server-side.
    - Looker Studio y otras herramientas corporativas de visualización y reporting.
    - Integración con el proyecto de CRO, experimentación y personalización, con independencia de la plataforma vigente.
    - Consent Mode y gestión técnica del consentimiento.
    - Integraciones con plataformas y know-how de mercado:
        - Salesforce Sales + Marketing Cloud
        - DV360
        - Campaign Manager 360
        - Search Ads 360
        - CMP y plataformas de gestión del consentimiento.
        - Consent Mode y mecanismos de modelado y recuperación de señal.
        - Entorno cookieless, first-party data y medición server-side.
        - Envío, modelado y procesado de datos en Google Cloud Platform, BigQuery y la plataforma de datos de IFEMA MADRID.
        - Requerimientos de consentimiento y cumplimiento del RGPD, estándares IAB/TCF y demás normativa o marcos aplicables.

4. ALCANCE DEL SERVICIO. -

IFEMA MADRID hará entrega al adjudicatario del plan de medición definido implementado en el actual ecosistema de medición de IFEMA MADRID 1. En este plan de medición estará definida la estrategia de medición y analítica de la organización, así como la arquitectura de los datos recopilados, naming convention, objetivos y KPI, stakeholders, etc. La evolución del plan deberá contemplar el conjunto de activos, dominios y entornos server-side incluidos en el servicio.

Se establece una bolsa máxima de 500 horas anuales de consultoría especializada. Las horas se consumirán en función de las necesidades de IFEMA MADRID, dentro del presupuesto máximo establecido. Este Alcance proporcionará un soporte de los activos a mantener y de la dedicación necesaria para la implantación, validación, monitorización y evolución de las soluciones analíticas y server-side.

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

Las necesidades de consultoría descritas en este apartado no tendrán carácter limitativo, pudiendo incluirse requerimientos adicionales que resulten necesarios durante la ejecución del contrato, siempre que estén directamente relacionados con el objeto y alcance del presente pliego.

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

- **Consultoría data**
  - 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.
  - Implementaciones e integraciones con plataformas stack publicitario Google, Facebook, TikTok, Linkedin, Twitter, Spotify, Youtube, Bing, etc.
  - Integración con el proyecto CRO. IFEMA MADRID trabaja con equipos internos y proveedores externos y podrá utilizar distintas plataformas de experimentación y personalización. La consultoría deberá apoyar la definición de hipótesis, la instrumentación, la validación técnica y la medición de resultados.
  - IFEMA MADRID requerirá soporte en Google Cloud Platform y BigQuery para evolucionar el ecosistema de datos, sus modelos y sus integraciones con los sistemas internos y con la plataforma de datos de IFEMA MADRID, incluyendo la definición de controles de calidad, trazabilidad y documentación técnica.
  - La consultoría para los proyectos Consent Mode, CMP y Google Tag Manager server-side deberá integrarse dentro de la estrategia transversal de datos de IFEMA MADRID y alinearse con el plan de medición vigente. El servicio abarcará la revisión, implantación, validación, monitorización y evolución de estas soluciones.
  - La empresa adjudicataria deberá definir y mantener actualizados los requisitos funcionales y técnicos de la CMP seleccionada para cumplir con las necesidades de IFEMA MADRID. Asimismo, deberá prestar apoyo en posibles procesos de evolución o migración, integración con Google Tag Manager y Consent Mode, auditoría del consentimiento y generación de evidencias e informes.
  - Implementación de tags y desarrollo, mantenimiento y evolución de las soluciones Server 2 Server / server-side tagging en función del plan de medición preexistente de IFEMA MADRID. El servicio comprenderá los siguientes entornos: s2s.ifema.es, como entorno principal, y los entornos adicionales s2s.madring.com y s2s.madridbeats.com.
  - 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.

  La incorporación de s2s.madring.com y s2s.madridbeats.com amplía el servicio en dos entornos adicionales respecto del alcance principal de IFEMA MADRID. Esta ampliación implica mayor dedicación en configuración, despliegue, etiquetado, depuración, pruebas, monitorización, documentación, coordinación con proveedores y equipos internos, gestión de versiones y aseguramiento de la calidad del dato,

- Implementación y evolución de Google Consent Mode. La empresa adjudicataria deberá aportar experiencia actualizada en la gestión de CMP y en su integración con las exigencias del RGPD, los estándares de IAB/TCF, las políticas de las plataformas y las instrucciones de IFEMA MADRID. Asimismo, desarrollará las implementaciones necesarias relacionadas con el consentimiento 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 los datos de la suite analítica en BigQuery y en la plataforma de datos de IFEMA MADRID. Integración con el proyecto Data de IFEMA MADRID y definición y modelado de datos basados en objetivos y necesidades de negocio, incluyendo controles de calidad, documentación, trazabilidad y mecanismos de explotación.
- Implementación/actualización GA4 conforme a plan de medición preexistente de Ifema Madrid
- Proyectos de aplicaciones y nuevas experiencias digitales de IFEMA MADRID —iOS, Android, plataformas de comunidades u otros activos— y configuración de las herramientas de medición. Se podrá solicitar la ampliación del plan de medición vigente para incorporar estos nuevos activos.
- Configuración y actualización de los informes existentes en Looker Studio o en otras herramientas corporativas de visualización, adaptándolos a las nuevas necesidades de negocio y a la evolución del modelo de datos.
- Implementación y evolución de dashboards en la plataforma que determine IFEMA MADRID, con definición de KPI, controles de calidad, documentación funcional y orientación a la toma de decisiones.

6. EQUIPO HUMANO REQUERIDO

La empresa adjudicataria deberá establecer a un equipo multidisciplinar con experiencia acreditada en los ámbitos tecnológicos y funcionales incluidos en el presente contrato. Como mínimo, el equipo debe contar con los siguientes perfiles:

Consultor Senior de Analítica Digital
Será el interlocutor principal con IFEMA MADRID y el responsable de la coordinación, planificación y seguimiento de los trabajos. Deberá acreditar una experiencia mínima de ocho (8) años en proyectos de analítica digital, medición avanzada y consultoría de datos, así como conocimiento de Google Analytics 4, Google Tag Manager, plataformas de medición digital y entornos de marketing y negocio digital.

Especialista Técnico en Implementación y Data Engineering
Será responsable de la definición, implementación, evolución y validación técnica de las soluciones incluidas en el contrato. Deberá acreditar experiencia mínima de cinco (5) años en arquitecturas de medición digital, Google Tag Manager client-side y server-side, Google Cloud Platform, BigQuery, integración de datos y entornos de analítica avanzada.

Adicionalmente, el licitador deberá proponer los perfiles complementarios que considere necesarios para garantizar la correcta prestación del servicio, en función de las necesidades contempladas en el presente pliego y de su metodología de trabajo. Entre otros ámbitos, el equipo deberá cubrir capacidades relacionadas con consentimiento y privacidad, plataformas CMP, Consent Mode, visualización y explotación de datos, Salesforce Sales Cloud y Marketing Cloud, gobierno del dato y gestión de proyectos de analítica digital.

La empresa adjudicataria deberá garantizar durante toda la vigencia del contrato la disponibilidad de los perfiles ofertados o, en caso de sustitución, de perfiles equivalentes o superiores en experiencia y cualificación profesional.

La empresa adjudicataria acreditará la calidad de los trabajos mediante certificaciones oficiales, acreditaciones o experiencia demostrable en las tecnologías objeto del servicio, especialmente Google Analytics 4, Google Analytics 360, Google Tag Manager, Google Cloud Platform, BigQuery, herramientas de visualización y soluciones de consentimiento.

La empresa adjudicataria acreditará experiencia en los recursos destinados al servicio en implementaciones de Consent Mode, CMP, Google Tag Manager server-side, analítica web y app, BigQuery, integraciones publicitarias y casos de uso con Salesforce Sales Cloud y Marketing Cloud. Deberá acreditar también experiencia en despliegues multi-dominio o multi-entorno y en la operación de soluciones server-side.

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.