

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA TECNOLÓGICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN PUBLICITARIA DIGITAL

1- OBJETO

La Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA), a través de NewixMedia (marca comercializadora de FORTA), ha desarrollado un plan de negocio de comercialización publicitaria digital (en adelante, el Plan) con todos sus socios. Dentro de la definición de su producto comercial seleccionó como Adserver el Google Ad Manager (GAM) por adaptarse a las necesidades definidas en dicho plan. De esta forma, todos los socios de la FORTA han tenido que realizar desarrollos de implementación de GAM en sus plataformas digitales para poder comercializar de forma conjunta su publicidad digital a través de NewixMedia.

Este pliego tiene como objetivo la contratación de un servicio de asesoría y consultoría tecnológica para poder realizar los desarrollos e implantaciones técnicas necesarias así como la resolución de posibles incidencias en la gestión diaria de traficado con el fin de poder acometer la comercialización publicitaria digital para la FEDERACIÓN DE ORGANISMOS O ENTIDADES DE RADIO Y TELEVISIÓN AUTONÓMICOS (FORTA), y los diversos organismos de Comunicación audiovisuales públicos autonómicos asociados a la misma cuya comercialización publicitaria nacional se lleva a cabo por parte de NEWIXMEDIA, denominación del Dpto Comercial de FORTA.

La puesta en marcha de la comercialización publicitaria nacional digital centralizada en NEWIXMEDIA requiere de desarrollos tecnológicos e implantaciones a acometer en cada uno de los socios y así poder ofrecer una oferta publicitaria que responda a los requerimientos y expectativas del mercado.

En este sentido NewixMedia se encuentra con diferentes desarrollos y grados de implementación técnicos para cada uno de sus socios, así como de la utilización de diferentes tecnologías que dificultan la correcta operatividad de la comercialización conjunta de la publicidad digital. Es por ello que surge la necesidad de la contratación de este servicio de consultoría y asesoría tecnológica para que todos los socios, a través de NewixMedia, estén acompañados en sus diferentes desarrollos tecnológicos con el objetivo de conseguir las previsiones de comercialización diseñadas en el Plan. De esta forma, la FORTA podrá posicionarse con su valor de servicio público, como elemento diferenciador, en el nuevo ecosistema audiovisual y seguir siendo un referente tanto como alternativa de consumo, así como de innovación comercial.

2.-ALCANCE DE LOS TRABAJOS

FORTA/NEWIXMEDIA requiere de un SERVICIO DE CONSULTORIA Y ASESORÍA TECNOLÓGICA PARA LA COMERCIALIZACION PUBLICITARIA NACIONAL DIGITAL. Este servicio estará bajo la coordinación del responsable del Área Digital y de la coordinador de traficado de NewixMedia. El servicio deberá estar formado por un equipo multidisciplinar vinculado a desarrollos tecnológicos y comercialización digital. De esta forma deberá atender a dos tipologías, que se especifican a continuación:

Servicio técnico:

Se deberán garantizar, como mínimo, los siguientes aspectos:

- Respuesta a los diferentes desarrollos internos de cada uno de los socios para asegurar la implantación de nuevos formatos digitales y/o integración con diferentes proveedores. También se deberá tener en cuenta que los socios puedan cambiar de plataformas digitales, como el caso de OTTs u otro tipo de despliegues, en el que necesitarán asesoramiento por parte del servicio solicitado en estas condiciones técnicas.
- Resolución de incidencias/consultas en los diferentes *sites* de los socios en base al apartado 3.1. Tipología y resolución de incidencias/consultas.
- Mantenimiento de la infraestructura *header bidding* manteniendo la política de incidencias/consultas especificadas en el apartado 3.1. Tipología y resolución de incidencias/consultas.
- Asesoramiento para el desarrollo e integración de los diferentes SSP's del mercado así como la creación de reglas. Las integraciones serán típicamente realizadas mediante el wrapper de Prebid. Será imprescindible el conocimiento y experiencia probada en la compilación de SSPs y su implementación en este sistema en display y video preroll, midroll y postroll.
- Experiencia en asesoramiento en criterios técnicos para cualesquiera tecnologías necesarias para la rentabilización online.
- Asesoramiento para adaptar la estrategia comercial al entorno cookieless (prácticas del mercado de ID único, identificar tecnologías contextuales, acuerdos con Identity partners, etc.). Asimismo, se deberá dar soporte para integrar la solución propuesta.
- Integración de diferentes formatos y tecnologías de terceros en los socios tales como InText, overlay, in image, etc.
- Integraciones con Adservers del mercado (ad servers específicos para video, audio, etc.).
- Configuración de herramientas de consentimiento. La empresa adjudataria deberá tener en cuenta las necesidades especiales de los socios al ser servicios públicos de cara a analizar los implementaciones de las mismas, análisis de problemas relacionados con el consentimiento en web, app, CTV, HBBTV.
- Integración con proveedores tecnológicos relacionados con el formato outstream.
- Integración de proveedores de tecnología de refresco de Display con el objetivo de incrementar los ingresos de display programático.
- Desarrollo de plantillas para formatos especiales tales como skin en sus distintas modalidades del mercado.
- Asesoramiento para contratación e integración de tecnología DSP con el objetivo de poder acceder a mayor inventario.
- Proporcionar un dashboard para tener una información unificada de las diferentes fuentes de inversión a nivel de ingresos e impresiones, y CPMS.
- Definición y realización de taxonomía común para todos los socios (IAB) según las recomendaciones del IAB y las necesidades propias del servicio público de los socios.
- Propuestas y soporte en las implementaciones de posibles soluciones tecnológicas novedosas que surjan en el mercado con el objetivo de incrementar los ingresos de la comercialización conjunta de los socios. En caso de que sea necesario la compra a través de concurso público, la empresa adjudataria dará soporte para la realización del mismo.

Servicio de traficado y formación:

Se deberán garantizar todos los aspectos de la operativa de traficados de NewixMedia y de sus socios. Como mínimo, el servicio deberá garantizar los siguientes aspectos:

- Incidencias/consultas en las campañas GAM: Soporte a incidencias que puedan surgir en las campañas de NewixMedia y los socios, en base al apartado 3.1. Tipología y resolución de incidencias/consultas.
- Parametrización correcta del traficado. La empresa adjudicataria deberá prestar soporte para evitar posibles errores en la implementación de GAM para cada uno de los socios. Si fuese necesario, mantendrá reuniones bilaterales con sus equipos técnicos para solventar los problemas existentes.
- Optimización de reglas: Se analizarán y establecerán las reglas de programática, así como su priorización con el objetivo de maximizar en todo momento el inventario.
- Traficado específico de nuevos formatos: Integraciones de Tags para nuevos formato, campañas, proveedores, etc
- Troubleshooting: incidencias/consultas programáticas, localización y solución, en base al apartado 3.1. Tipología y resolución de incidencias/consultas.
- Orientación en la búsqueda de soluciones de incidencias/consultas mediante análisis de las diferentes operaciones, detectando la conexión entre inventario y las diversas tecnologías integradas para poder tomar decisiones estratégicas. El servicio también incluirá ayuda y soporte (y formación, si fuese necesaria) para la toma de decisiones estratégicas.
- Soporte y Formación continua al equipo de NewixMedia en resolución de incidencias, consultas y reporting

A los efectos del presente Pliego y del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, toda referencia genérica a FORTA se entenderá hecha en la figura del responsable digital/ coordinador de traficado dependiendo del servicio realizado.

3.-TERMINOS Y CONDICIONES EJECUCION

El adjudicatario mantendrá una disponibilidad permanente de relación con las personas de contacto establecidas (responsable digital y coordinadora de traficado), y a instancias de éstas, les asesorará, de manera oral o por escrito, en cuantas cuestiones de interés le sean planteadas.

Disponibilidad y soporte:

La empresa adjudicataria deberá facilitar un teléfono, aplicaciones de mensajería instantánea o correo electrónico para la gestión de incidencias y la petición de información, operativo 24x7. También deberá prestar un servicio de asistencia remota que facilite la resolución y atención de dudas e incidencias/consultas.

El adjudicatario dispondrá de un sistema de control de proyectos y de incidencias para la gestión de ambas casuísticas.

Así mismo mantendrá una disponibilidad de contacto con FORTA informando en todo momento de las cuestiones planteadas.

Para la correcta prestación del servicio el adjudicatario deberá disponer de una organización propia y autónoma que se coordinará con FORTA y/o sus asociados para cada uno de los diversos temas a tratar.

El adjudicatario será responsable de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados, así como de las consecuencias que se deduzcan para FORTA o para terceros de las omisiones, errores, métodos inadecuados o conclusiones incorrectas en la ejecución del contrato.

Se deberá proponer un sistema de control de calidad del servicio en el que como mínimo se deberá garantizar la coordinación del servicio con FORTA y la planificación precisa de cada trabajo.

El adjudicatario deberá poner a disposición de FORTA, cuando esta lo requiera, toda la información que esté a su disposición y que sea necesaria, a los efectos de llevar a cabo las funciones de supervisión y control de la tramitación de las diferentes cuestiones planteadas por parte de FORTA.

3.1 Tipología y resolución de incidencias

El adjudicatario deberá disponer de un servicio de atención único donde se reciban y gestionen de forma centralizada las consultas o comunicaciones de incidencias relacionadas con los servicios objeto de este contrato.

Este servicio deberá contar, como mínimo, de un teléfono 24x7 y/o acceso desde otras vías de comunicación tipo mensajería. Será responsabilidad del adjudicatario registrar la totalidad de incidencias/consultas (usuario, fecha y hora, aplicación afectada, criticidad alta/baja y breve descripción) para ser facilitadas regularmente al responsable del proyecto de NewixMedia. El personal de NewixMedia podrá acceder a la plataforma para su seguimiento y con la posibilidad de exportación de estadísticas de cara a informes internos y públicos.

Las incidencias/consultas se clasificarán de la siguiente forma:

- Críticas: afectación a la totalidad o de forma parcial a una mayoría de los socios implicando un mal funcionamiento del servicio.
- Urgentes: afectación a una parte del sistema sin inhabilitar el funcionamiento del servicio.
- Rutinarias: Aquellas que se produzcan en el trabajo diario que requieren respuesta pero que no suponen un mal funcionamiento del servicio.

Los tiempos establecidos para su seguimiento y resolución serán categorizados en dos clases:

- Tiempo de respuesta: tiempo entre la comunicación de la incidencia y la comunicación del inicio en la resolución de la misma.
- Tiempo de resolución: tiempo entre la comunicación del inicio en la resolución de la incidencia y la resolución final, o provisional, de la misma.

De este modo, se establecen los siguientes mínimos de servicio con carácter general:

Incidencias/consultas críticas:

- Tiempo de respuesta: máximo 30 minutos.
- Tiempo de resolución: máximo 6 horas.

Incidencias/consultas urgentes:

- Tiempo de respuesta: máximo 2 horas.
- Tiempo de resolución: máximo 48 horas

Incidencias/consultas rutinarias:

- Tiempo de respuesta: máximo 24 horas.
- Tiempo de resolución: máximo 7 días hábiles.

En el caso que la resolución de las incidencias/consultas dependieran de proveedores externos (propios de los socios) o internos (Ad server, SSP's, Data,...), el tiempo de resolución de las mismas será responsabilidad de éstos.

3.2 Consideraciones a nivel de servicio

El equipo designado por el adjudicatario prestará los servicios de acuerdo con las instrucciones impartidas por FORTA, bajo cuya dirección se adoptarán las decisiones que sean precisas para la puesta en marcha y seguimiento de los trabajos, consultas o trabajos a desarrollar.

El adjudicatario realizará un informe por escrito mensual sobre la situación de la totalidad de los asuntos encargados, que deberá enviarse por correo electrónico a FORTA el primer día laborable de cada mes, sin perjuicio de la información que deba proporcionarse cuando se produzcan hechos trascendentes en los asuntos que se aborden.

El responsable del contrato/Director del servicio y el resto del equipo adscrito, según solicite FORTA, deberá asistir y/o participar en las reuniones periódicas ya sean presenciales en la sede de FORTA y/o por videoconferencia, con el responsable digital y/o coordinador de traficado de FORTA y/o en quien éstos delegue, estimándose al menos una (1) reunión mensual para analizar los asuntos que se deben gestionar.

Los plazos de entrega o ejecución, en cada caso, de cada uno de los trabajos o servicios que deban realizarse vendrán establecidos en función de la naturaleza del servicio de que se trate o bien por las fechas que determine FORTA.

4.-PERSONAL DEL ADJUDICATARIO

El adjudicatario se compromete a adscribir a la ejecución del contrato, durante toda su vigencia, estableciéndose como obligación esencial del contrato, como mínimo las personas con el siguiente perfil:

- Un (1) TAM (Technical Account Manager) para la coordinación y seguimiento de cada uno de los servicios solicitados, con un mínimo de catorce (14) años de experiencia en Creación y desarrollo del producto digital en publicidad online, Prospección tecnológías

(SSPs, DSPs, DMPs, Adservers, etc), Consultoría, promoción comercial y gestión publicidad online habiendo participado para la realización de consultorías similares en los últimos dos (2) años.

Será el responsable del contrato/Director del servicio y el interlocutor con FORTA.

- Un (1) Consultor con un mínimo de ocho (8) años de experiencia en desarrollos digitales y programación relativa a los mismos en sistemas programáticos de publicidad (header bidding ssps, adserver GAM en display y video) habiendo participado para la realización de consultorías similares en los últimos dos (2) años.
- Un (1) Consultor con un mínimo de dos (2) años de experiencia en desarrollos digitales con especial atención a la gestión del Adserver así como sistemas programáticos de compra DSP'S y ventas de publicidad SSP's y lenguajes de programación html, habiendo participado para la realización de consultorías similares en los últimos dos (2) años.

Estos medios personales formarán parte de la propuesta presentada por los licitadores y, por lo tanto, del contrato que se firme con el adjudicatario. Por este motivo, deberán ser mantenidos por la empresa adjudicataria durante todo el tiempo de ejecución del contrato.

Cualquier variación respecto a ellos deberá ser comunicada a FORTA con una antelación de siete (7) días naturales, y FORTA aprobará o rechazará a la persona que se pretenda adscribir a la ejecución del contrato, pudiendo ser rechazado aquel personal que no cumpla los requisitos mínimos de solvencia exigido en los Pliegos.

En todo caso, FORTA podrá exigir la sustitución del personal adscrito a la ejecución del contrato en caso de cualificación insuficiente, incorrección o inadecuación en la prestación del servicio previa motivación por escrito

5.- GARANTIAS LABORALES

El adjudicatario ha de disponer de una organización propia y autonomía para la prestación de los servicios, tanto en medios materiales como humanos, sin que exista relación de dependencia alguna con FORTA, no pudiendo por tanto utilizar medio material o personal alguno de FORTA para la realización de la prestación.

Los trabajadores que realicen las tareas y servicios que comprende la presente contratación dependerán laboral y orgánicamente de la propia línea jerárquica del adjudicatario, que asume el cumplimiento de las obligaciones laborales, fiscales y de Seguridad Social que establecen las disposiciones vigentes.

En relación con los trabajadores adscritos a la ejecución de este contrato, el adjudicatario asume la obligación de ejercer de modo real, efectivo y continuo el poder de dirección inherente a todo empresario. En particular asumirá la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, las sustituciones, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, la imposición - cuando proceda - de sanciones disciplinarias, las obligaciones en materia de Seguridad Social, incluido el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones, así como cuantos derechos y obligaciones de deriven de la relación contractual entre empleado y empleador.

6.- DOCUMENTACION PROPIEDAD DE FORTA

Los documentos originales en poder del adjudicatario deberán devolverse a la finalización de la ejecución del contrato en el plazo máximo de quince (15) días. Además el adjudicatario deberá entregar el expediente con FORTA (comunicaciones importantes, consultas, informes, documentación procesal, etc.) en el mismo plazo y en formato digital para el archivo por parte de FORTA; en ese momento y tras la confirmación de entrega y recepción, deberán ser destruidas las copias que conserve en cualquier soporte el adjudicatario.

Durante la vigencia del Contrato, y cualesquiera de sus prórrogas, el almacenamiento de la información y de la documentación propiedad de FORTA, cualquier soporte y en cualquier instalación, deberá protegerse con las medidas seguridad adecuadas.

7- PROPIEDAD INTELECTUAL

La propiedad de los trabajos generados en la ejecución del contrato corresponde a FORTA, que podrá utilizarlos, modificarlos o distribuirlos indefinidamente sin ninguna restricción ni coste adicional.

8.- CONFLICTO DE INTERESES

La entidad adjudicataria se compromete a no prestar servicios profesionales a ninguna persona o entidad en asunto alguno que pudiera suponer un conflicto directo de intereses con FORTA.

Madrid, a 19 de octubre de 2023

Enrique Laucirica Aranaz
Secretario General de FORTA
Órgano de Contratación de FORTA