



Solicitud de Ofertas de Servicios de la Medición de Audiencias Digitales para el Mercado Español

CONTENIDO

CONTENIDO.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1 Evolución del mercado español de medición de audiencias digitales	5
1.2 Propósito del documento.....	6
1.3 Calendario.....	6
1.2.1 Publicación de la RFP.....	6
1.2.2 Gestión de consultas sobre la RFP	6
1.2.3 Recepción de ofertas.....	7
1.2.4 Defensa.....	7
1.2.5 Correcciones y matizaciones de la oferta	7
1.2.6 Valoración y adjudicación	7
1.4 Personas de contacto.....	8
1.5 Formato.....	8
2. OBJETIVOS	10
2.1 Necesidades a cubrir.....	10
3. REQUISITOS TÉCNICOS Y FUNCIONALES	11
3.1 Matriz de cumplimiento – Requisitos funcionales.....	11
3.1.1 Diseño e Investigación	¡Error! Marcador no definido.
3.1.2 Objeto de Investigación.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1.3 Dimensionamiento de la medición.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1.4 Métricas	¡Error! Marcador no definido.
3.1.5 Segmentación	¡Error! Marcador no definido.
3.1.6 Funcionalidades de la herramienta.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1.7 Categorización y diccionario.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1.8 Explotación de datos	¡Error! Marcador no definido.
3.1.9 Control de calidad y auditoría.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1.10 Comercial.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1.11 Otros	¡Error! Marcador no definido.
3.2 Requerimientos de censal en caso de metodología híbrida.....	11
3.3 Requerimientos de ciberseguridad	13

3.4	Requerimientos de Gobierno del Dato	15
3.5	Referencias	16
4.	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	17
4.1	Fases del proyecto	17
4.2	Modelo de Gestión	17
4.2.1	Gestión de la Calidad	17
4.2.2	Gestión del Conocimiento con próximos medidores	18
5.	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	19
5.1	Ofertas económicas	19
6.	TÉRMINOS CONTRACTUALES	20
7.	CLÁUSULA DE CONFIDENCIALIDAD	21

0. CONTROL DE VERSIÓN

Tras la publicación de la RFP con fecha de 9/12/2020, se podrán llevar a cabo modificaciones de la misma. Dichos cambios aparecerán indicados a continuación:

Versión	Fecha de publicación	Modificaciones
V1	9/12/2020	-
V2	10/12/2020	<ul style="list-style-type: none"> • Incluidos números de página • Página 5: se ha corregido una errata en el primer párrafo, cambiando “máa” por “más” • Página 11: en la descripción del código de colores de los requerimientos, se ha modificado en el color Rojo “obligatorio” por “requerido”. • Excel de definición de producto: en la descripción del código de colores de la pestaña “Requerimientos_funcionales”, se ha modificado en el color Rojo “obligatorio” por “requerido”.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Evolución del mercado español de medición de audiencias digitales

La Comisión de Seguimiento compuesta por AIMC, IAB Spain y la aea, atendiendo al compromiso que tiene contraído con la industria, está trabajando en dos direcciones (i) convocar el concurso de medición de audiencias digitales para dotar al mercado español de la herramienta que mejor pueda resolver, de forma más amplia, las necesidades que la industria plantea en la medición de audiencias digitales y (ii) buscar el modelo de negocio más adecuado para el mercado español, que establezca un marco de actuación, relación y representación de todo y cada uno de los actores de la industria.

Siendo conscientes de la complejidad de llevar a cabo el punto (ii) en un corto periodo de tiempo, y también de la necesidad de avanzar en el concurso de medición de audiencias digitales, la Comisión de Seguimiento lanza el Pliego del concurso y, paralelamente, se compromete a seguir analizando y avanzando en la búsqueda de ese modelo de negocio.

Por todo lo anterior, este concurso establece, el modelo Own Service (OS) a través de un instituto de investigación externo e independiente, pero constituyendo, asimismo, a la Comisión de Seguimiento en una Comisión Permanente para el control y cumplimiento de los compromisos establecidos con la empresa resultante ganadora del concurso de medición de audiencias digitales, y se regirá por las siguientes medidas de control:

- La CS estará compuesta por las 3 asociaciones: IAB Spain, AIMC y aea y tendrá potestad de control sobre el proveedor con el objetivo de que este mantenga la condición de medidor recomendado por las mismas.
- La CS se reunirá sin la presencia del proveedor y de manera recurrente para identificar cuestiones, preguntas, incidencias, etc. y será un órgano competente (al igual que el Comité de clientes) para presentárselas al proveedor. El proveedor estará obligado a dar una respuesta motivada a la CS en relación a estas cuestiones.
- Se realizarán reuniones de seguimiento entre el proveedor y la CS para evaluar la prestación del servicio, las incidencias, etc.
- La CS tendrá acceso a todas las auditorías realizadas por el proveedor (acorde a los requerimientos posteriormente expresados) y evaluará la calidad del servicio prestado.
- La CS podrá de forma anual llevar a cabo una auditoría interna del cumplimiento de los requerimientos expresados en esta RFP con el objetivo de asegurar la prestación del servicio acorde a los criterios previamente ofertados por el proveedor.
- La CS podrá, en cualquier momento de la vida del contrato, dejar de recomendar al proveedor en el caso de que este, deje de cumplir con los requerimientos expresados en este documento.

1.2 Propósito del documento

El presente concurso surge con el objetivo de establecer para el mercado español una medición de audiencias digitales y de impactos publicitarios consensuada, que ayude a impulsar la actividad del negocio digital y su capacidad de generar ingresos. La medición tendrá que dar respuesta al nuevo entorno digital y ser capaz de adaptarse a los posibles cambios que experimente el mercado.

1.3 Calendario

Los hitos definidos para este proceso de selección son los siguientes:

HITOS	FECHAS
Publicación de la RFP	9 de diciembre
Límite para la recepción de consultas	16 de diciembre
Fecha límite recepción de ofertas	12 de febrero
Desarrollo de sesiones de defensa	22 - 26 de febrero
Correcciones y matizaciones de la oferta	26 febrero - 5 de marzo
Fecha de comunicación de la decisión	12 de marzo

El calendario arriba propuesto se proporciona con fines de planificación y podrá ser modificado, previa notificación a los participantes en el proceso. En caso de haber un gran número de ofertantes, los plazos anteriormente citados podrían retrasarse.

Fases:

1.2.1 Publicación de la RFP

El presente documento, así como toda la documentación de soporte que se estime necesaria para la preparación de las ofertas, se publicará en las páginas web de IAB Spain, AIMC y aea el día **9 de diciembre**.

A su vez, se emitirá una nota de prensa para hacer pública la RFP.

1.2.2 Gestión de consultas sobre la RFP

Los ofertantes podrán formular sus dudas hasta el **16 de diciembre**. Los candidatos podrán realizar a la CS todas aquellas consultas sobre el contenido del propio RFP y de la

documentación facilitada. Para ello, se facilitará una plantilla en Excel que deberán cumplimentar los candidatos con sus dudas.

Los candidatos deberán presentar sus consultas mediante correo electrónico a la siguiente dirección:

inigo.amezqueta.sainz@pwc.com

A partir de la recepción de las dudas por parte de los ofertantes, se resolverán las mismas de forma individual mediante correo electrónico, a todos aquellos posibles candidatos que hayan presentado consulta y se irán respondiendo en función de su complejidad.

Asimismo, se enviará a todos los candidatos la totalidad de las respuestas efectuadas de forma anonimizada para conocimiento general.

1.2.3 Recepción de ofertas

La fecha límite para que los candidatos preparen sus ofertas de servicios en los términos y bajo las exigencias señaladas en el presente documento será el **12 de febrero**. Fuera de este plazo no se admitirá ninguna oferta. El formato en el que se debe entregar la RFP se indica en el apartado 1.4 de este documento.

1.2.4 Defensa

Se desarrollarán las sesiones de defensa en la semana del **22 al 26 de febrero**. En esta fase, los ofertantes presentarán sus propuestas, aclarando las posibles cuestiones que surjan en el momento. Además, el ofertante debe estar dispuesto a realizar tantas defensas o demostraciones de la herramienta como se considere necesario.

1.2.5 Correcciones y matizaciones de la oferta

A la vista de las propuestas presentadas por los candidatos y de la presentación llevada a cabo en la defensa, se podrán solicitar las correcciones o solicitudes adicionales de información que se estimen necesarias a los ofertantes, así como las aclaraciones pertinentes, con el fin de solventar cualquier tipo de duda sobre el contenido de las ofertas.

Los candidatos podrán responder a dichas aclaraciones y matizar cualquier duda entre el **26 de febrero y el 5 de marzo** y les obligarán en cuanto a su respectivo contenido.

1.2.6 Valoración y adjudicación

El **12 de marzo**, la CS adjudicará la RFP a favor de la oferta que estime más adecuada a los fines y exigencias señalados en este documento.

La adjudicación del presente RFP se publicará en la página web de IAB Spain, AIMC y aea y se emitirá una nota de prensa al efecto.

Asimismo, la adjudicación se notificará individualmente a los candidatos que hayan concurrido al procedimiento.

1.4 Personas de contacto

Las personas de contacto para la petición de información y envío de ofertas, con el objetivo de coordinar y unificar todas las comunicaciones con los licitantes será:

- Iñigo Amézqueta Sainz - inigo.amezqueta.sainz@pwc.com
- Leyre Álvarez Torre - leyre.alvarez.torre@pwc.com
- Andrea Loidi Tuduri - andrea.loidi.tuduri@pwc.com

Por otra parte, la CS será la encargada de gestionar todo el proceso de la RFP y estará formada por las siguientes personas:

- Ángel Nebot - anebot@smartclip.com
- Begoña Gómez - bgomez@anunciantes.com
- Belén Acebes - belen.acebes@iabspain.es
- Carlos Bosch Sansa - Carlos.bosch@danone.com
- David Cerqueda Sole - dcerqueda@grupogodo.com
- Francisco Gallego Calonge - francisco.gallego@unidadeditorial.es
- Jordi Català i Gimeno - jcatala.m@ccma.cat
- Lidia Sanz - lsanz@anunciantes.com
- Margarita Ollero Ruiz - margarita.ollero@havasmq.com
- Nuria Gímenez - ngimenez@coca-cola.com
- Reyes Justríbó - reyes.justribo@iabspain.es
- Sandra Prosperí - sprosperi@hearst.es

1.5 Formato

La oferta a esta solicitud de colaboración tiene que disponer de dos secciones diferenciadas:

- Una técnica, donde se requiere proporcionar la siguiente documentación:
 - Con carácter obligatorio, se debe rellenar el Excel de Definición de Producto, especificando si se cumple o no cada uno de los requerimientos y detallando la debida explicación en la columna de “Observaciones”
 - Toda la documentación técnica generada ad-hoc que los proveedores consideren oportuno (Ej: Presentaciones de producto, demos, referencias, metodología...)
 - También, con carácter obligatorio, el enfoque de la colaboración específica en España (equipo, planificación fases del proyecto...) Para más detalle consultar el bloque 4.

- Otra de carácter comercial en base a lo descrito en la sección 5.

Asimismo, los candidatos deberán plantear sus dudas cumplimentando el documento en Excel designado para ese propósito: Dudas RFP Medidor de Audiencias

Formato y entrega de las ofertas

Se entregará exclusivamente en formato digital. Las ofertas serán remitidas antes o durante el día fijado en el punto 1.2. a la siguiente dirección de correo electrónico:

inigo.amezqueta.sainz@pwc.com

Toda la documentación de las ofertas, así como la generada en el desarrollo del presente procedimiento (incluidas las preguntas, respuestas, aclaraciones, etcétera) deberá presentarse en lengua española. La documentación redactada en otra lengua deberá acompañarse con la correspondiente traducción oficial a la española.

Los candidatos deberán entregar tanto la oferta del producto, como el documento en Excel de requerimientos y el documento en Excel de dudas.

2. OBJETIVOS

El objetivo principal de este proceso es la implantación de un medidor de audiencias digitales. Mediante esta RFP, la CS busca actualizar el sistema de medición a las necesidades del mercado actual, incorporando las novedades metodológicas de vanguardia sin perder el rigor de la medición y con el consenso del mercado.

2.1 Necesidades a cubrir

Los candidatos que estén en condiciones de garantizar una estructura operacional en España, con capacidad para realizar la medición de audiencias digitales, estarán invitados a participar con su propuesta en este concurso. A su vez, los candidatos deberán garantizar el cumplimiento de las siguientes recomendaciones de la CS sobre la medición de audiencias digitales:

- El Universo de la medición deberá estar consensuado por el mercado, de forma que el operador de la medición use los referenciales que a tal fin el mercado ha establecido a partir del estudio de referencia del mercado.
- Formación de un comité técnico de clientes con capacidad de intervenir en decisiones del mercado local.
- Compromiso del ofertante a ser auditado de manera independiente en las diferentes partes que conforman la medición.
- Empresas o combinaciones de empresas están autorizadas a presentar sus propuestas al concurso de medición digital.
- Es vocación de esta RFP que el Comité de Clientes tenga potestad de decisión y resolución de todos los conflictos que pudieran surgir entre cualquiera de los clientes y el medidor. En el caso de que un conflicto no se pudiera resolver en primera instancia, el Comité de Clientes lo elevará a la CS que resolverá en última instancia.
- Teniendo en cuenta el entorno actual de evolución metodológica y constante maduración de la medición digital, se valorará positivamente cualquier mejora relevante a este pliego de condiciones. Este tipo de mejoras pueden ser, aunque no estén limitadas, integraciones con otras fuentes de datos disponibles en el mercado.
- Los candidatos, sin embargo, están invitados a plantear cualquier otra alternativa que consideren que lleva hacia una mejor solución, o a unos resultados más válidos y fiables.

3. REQUISITOS TÉCNICOS Y FUNCIONALES

La oferta técnica debe recoger para todos y cada uno de los requerimientos su grado de cumplimiento, rellenando la tabla de requerimientos en el mismo formato que el especificado a continuación. Los requerimientos que aparecen categorizados como “Requerido” son aquellos de mayor relevancia para la CS y se valorarán especialmente. El incumplimiento de uno o un número reducido de requerimientos categorizados como “Requerido” no implicará la exclusión del proveedor del concurso.

Los valores para el grado de cumplimiento deben ser:

- **Cumple:** La solución del ofertante incluye esta funcionalidad, habiendo sido ya probado y estando en producción con otros clientes.
- **Parcial:** Cumple sólo parcialmente lo solicitado, o no dispone de referencias donde este requerimiento esté en funcionamiento en otro cliente.
- **No cumple:** No se dispone de esa capacidad.
- **En desarrollo:** A pesar de no tener el requerimiento que se solicita, el ofertante está desarrollando el requerimiento. El ofertante deberá proveer datos que demuestren que está en desarrollo y una estimación de plazos de implementación en caso de que pueda ofertarlo.

El ofertante además puede especificar en su oferta otros elementos diferenciadores que considere puedan ser de utilidad para la Medición de Audiencias Digitales.

Los distintos colores empleados en la matriz tienen un significado específico:

- **Verde:** el requisito es valorable
- **Rojo:** el requisito es requerido
- **Negro:** el requisito es deseable

Junto a este documento, el ofertante recibirá un documento Excel con las siguientes tablas que deberá rellenar y entregar adjunto a la propuesta realizada.

3.1 Matriz de cumplimiento – Requisitos funcionales

3.2 Requerimientos de censal en caso de metodología híbrida

En caso de que el ofertante proponga una metodología hibridada que incluya censal, deberán de cumplirse los siguientes requerimientos.

#	Requerimientos de metodología censal	Tipo req.	Requisitos	Cumplimiento	Observaciones
1	Metodología censal propuesta por el proveedor	Requerido	Se requerirá que el proveedor explique cuál es su metodología censal, qué tipología de		

			sites va a medir y cómo va a determinar cuáles van a entrar dentro de la metodología. Si aplica submetodologías a distintas tipologías de cada site que explique cuál y el razonamiento de su uso.		
2	Metodología de recogida a través de píxel/SDK	Requerido	Se requerirá que el proveedor explique las características técnicas y funcionales de su píxel y su SDK: tamaño, formato de incorporación en los sites, información que recopila, etc.		
3	Datos censales no solo a través de etiquetado píxel/SDK	Requerido	El medidor deberá proponer una metodología que no implique etiquetado de websites o apps. Deberá incluir agregadores y CDNs		
4	Diccionario Vía etiquetado además de URL	Valorable	Soporte técnico de diccionario y etiquetado LOCAL		
5	Herramienta para validar y hacer seguimiento	Requerido	El medidor pondrá a disposición de los clientes una herramienta con la que puedan validar y hacer seguimiento de su etiquetado		
6	Metodología de hibridación	Requerido	En el supuesto de que el proveedor opte por un modelo híbrido censal/panel, explicar la metodología de hibridación de datos y de medición conjunta con ambas metodologías		
7	Dispositivos con medición censal	Requerido	El proveedor debe explicar los dispositivos en los que llevará a cabo la medición		

			censal y la metodología que aplica a cada uno de ellos		
8	Métricas obtenidas con metodología censal	Requerido	El proveedor debe explicar de la totalidad de métricas comprometidas, cuáles se medirán con metodología censal (o su convivencia con otros modelos de medición)		
#	Requerimientos de metodología censal	Tipo req.	Requisitos	Cumplimiento	Observaciones
9	Metodología censal propuesta por el proveedor	Requerido	El proveedor deberá explicar la metodología censal ante un entorno cookieless como el que se enfrenta el mercado en los próximos años. Debe proponer evoluciones tecnológicas o de medición para hacer frente a este entorno		
10	Metodología de recogida a través de píxel/SDK	Requerido	Se requerirá que el proveedor explique si su Píxel/SDK funciona de forma correcta en un entorno cookieless o si se requiere una nueva versión de esta herramienta. Explicar qué metodología seguiría para el desarrollo de esta nueva versión		
11	Datos censales no solo a través de etiquetado píxel/SDK	Requerido	Similar al requerimiento número 7, deberá explicar la metodología de etiquetado alternativo en un entorno cookieless		

3.3 Requerimientos de ciberseguridad

En este apartado se detallan los requerimientos del proyecto, para cumplir con las normativas de ciberseguridad:

- **Estructura:** la estructura del medidor debe permitir una gestión apropiada sobre los privilegios de acceso a datos con suficiente granularidad.
- **Métodos de Autenticación:** El modelo concreto se define como username y password.
- **Gestión de Autorización:** los privilegios de acceso se deben conceder por pertenencia a Grupos o perfiles en función del rol que desempeñan. Dentro de cada Grupo, el administrador tiene la posibilidad de establecer el tipo de acceso a datos que tiene cada usuario (consulta/creación/modificación).
- **Gestión de la Información:** la información contenida en el sistema sólo se podrá compartir con usuarios debidamente autenticados.

Toda la información que se gestionará en la aplicación debe estar previamente clasificada, como mínimo en términos de confidencialidad.

- **Trazabilidad:** debe ser posible especificar los requisitos de trazabilidad en función del tipo de información, desde la traza del control de acceso hasta el mantenimiento de registros históricos de modificación que permitan identificar el dato modificado.

#	Requerimientos de ciberseguridad	Tipo req.	Requisitos	Cumplimiento	Observaciones
1	Procesamiento de datos personales	Requerido	El procesamiento de datos personales, en caso de realizarse en los CPD del proveedor, debe realizarse en la región Europea		
2	Alineamiento con buenas prácticas internacionales de seguridad	Valorable	El proveedor del producto deberá demostrar el alineamiento del producto con algún marco de control contrastado en el mercado, como, por ejemplo, ISO27001, NIST, SOC2 (AICPA y COSO).		
3	Control de acceso	Requerido	El producto deberá proveer un control de acceso configurable a nivel de dato y registro, con los roles que		

			correspondieran para crear, leer, modificar o eliminar información o funcionalidades. Se valorará la capacidad de integración con SSO.		
--	--	--	--	--	--

3.4 Requerimientos de Gobierno del Dato

#	Requerimientos de Gobierno del Dato	Tipo de req.	Requisitos	Cumplim.	Observaciones
1	Transparencia	Valorable	Se valorará que el ofertante aporte transparencia en la metodología utilizada y en el tratamiento de datos.		
2	Control de calidad en entrada	Valorable	Existirán controles de calidad preventivos en la entrada de datos del producto. La lógica de estos controles estará claramente documentada. Se valorará la capacidad para integrar controles adicionales.		
3	Metadatos técnicos - Linaje de datos	Valorable	Los procesos internos que realicen cálculos y transformaciones de datos deberán llevar <u>asociado</u> un metadato técnico que permita recoger el linaje de datos de manera automática		
4	Metadatos técnicos - Diccionario de datos	Valorable	El soporte de BBDD utilizado por el producto debe soportar la captura automática de las estructuras de tablas y su integración en un diccionario de datos corporativo		

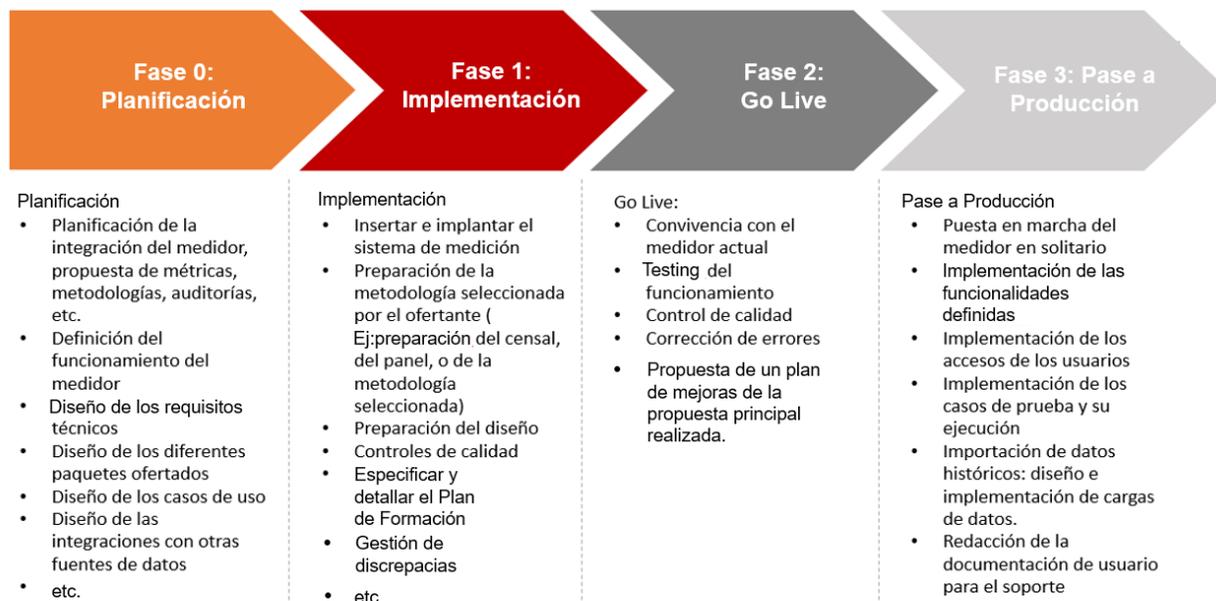
3.5 Referencias

Se deberán aportar referencias y credenciales de producto. Se debe especificar en la medida de lo posible los servicios prestados en dichas referencias, en qué mercados opera el candidato y en si es líder en algún mercado. Especificar si el ofertante posee credenciales en España y qué tipo de servicios presta.

4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

4.1 Fases del proyecto

Los licitadores deberán presentar un plan de proyecto en el que se detalle la implantación del sistema de medición ofertado, a modo orientativo se considera que el proyecto debería contar con las siguientes fases



Por otra parte, la Fase de Pase a Producción es el período donde se pasan a producción todas las funcionalidades implementadas en las fases anteriores, donde también se efectuará un proceso de validación de la herramienta así implantada. Además, el adjudicatario será el encargado del mantenimiento y soporte posterior a la implantación.

4.2 Modelo de Gestión

4.2.1 Gestión de la Calidad

El objetivo es garantizar la calidad en todo el ciclo de vida del servicio proporcionado por el licitador. El proveedor deberá definir un plan de calidad donde se detalle:

- Metodología.
- Plan de pruebas.
- Certificación metodológica.

- Plan de soporte a la implantación de la herramienta a los usuarios finales.
- Documento asegurando el correcto cumplimiento de la privacidad de datos y la ética
- Creación de un comité de clientes que posean voz y voto y capacidad de articular medidas

De forma específica el licitador estará obligado, como mínimo, a:

- Obtener la validación de la CS en la especificación del diseño del medidor.
- Probar el cumplimiento de los requisitos técnicos y funcionales.
- Obtener la validación del usuario final.

Adicionalmente, el licitador deberá describir los procedimientos clave para el aseguramiento de la calidad, que servirán de base para gestionar la calidad del medidor.

El licitador deberá realizar auditorías y control de la calidad del dato. Debe haber un compromiso del ofertante a ser auditado de manera independiente en las diferentes partes que conforman la medición. La empresa medidora debe disponer de certificaciones MRC de sus productos, sus metodologías de medición del individuo han de estar certificadas y auditadas. Se han de realizar auditorías del dato, de la clasificación del contenido, de los errores. Se valorará la máxima periodicidad entre auditorías.

4.2.2 Gestión del Conocimiento con próximos medidores

Una vez haya finalizado el periodo contratado con el medidor seleccionado, este deberá dar soporte durante la fase de transferencia del conocimiento y gestión del cambio al sucesor.

Para la gestión del cambio, se debe elaborar un plan de formación y comunicación, que el adjudicatario ejecutará como parte del proyecto una vez finalizado su periodo establecido en el contrato.

5. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

5.1 Ofertas económicas

La duración mínima prevista inicialmente de las adjudicaciones es de 3 años, pudiendo el oferente proponer periodos distintos si dichas modificaciones se argumentan debidamente y suponen una mejora en la prestación del servicio. Además, el contrato deberá contar con opciones de rescisión unilateral sin coste si no se cumple con los requerimientos.

En cualquier caso, la CS se reserva el derecho de, en caso de no llegar a un acuerdo satisfactorio, rescindir el contrato e iniciar un nuevo proceso de adjudicación del servicio.

Todas las ofertas deben incluir y detallar todos los servicios adicionales que se consideren necesarios para la óptima prestación de los servicios principales objetos de la presente propuesta.

Los proveedores son libres de enriquecer sus propuestas con servicios adicionales que consideren de interés. En tal caso se deberá diferenciar bien en la oferta que es lo que se ajusta fielmente a lo que se solicita en esta RFP y que se ha incluido adicionalmente.

La oferta económica que se espera percibir ha de estar compuesta de las siguientes partes:

- Oferta técnica:
 - Los ofertantes han de completar el Excel de requerimientos que recibirán junto a este documento. En él, han de especificar qué requerimientos cumplen, cuáles no y aquellos que lo hagan de forma parcial. En la columna de observaciones, los ofertantes podrán aportar todos los detalles y explicaciones que crean convenientes, así como las posibles propuestas o alternativas a los requerimientos aquí dictados. Asimismo, los ofertantes podrán detallar las funcionalidades del producto y enfoque de la colaboración (equipo, plan de proyecto, etc.).
 - Por otro lado, los ofertantes podrán entregar toda aquella documentación que pueda servir de apoyo y donde se especifiquen las diferentes funcionalidades del servicio que se propone.
 - Oferta comercial, en la que deberían quedar cubiertos los siguientes puntos:
 - Organización del proyecto.
 - Planificación detallada.
 - Descripción de la metodología a utilizar.
 - Condicionantes de la propuesta (factores que puedan condicionar la propuesta presentada por el ofertante).
 - Propuesta tecnológica (descripción detallada de la arquitectura técnica).
 - Detalle de los recursos humanos y técnicos implicados.
 - Propuesta económica.
- Documento Excel en el que se recojan todas las dudas que surjan de este RFP.

6. TÉRMINOS CONTRACTUALES

Los proveedores han de asegurar lo siguiente (si procede):

- Detalle de precios indicando precio bruto, descuentos, precio neto e impuestos
- Tipo de divisa marcando la fecha de referencia para el tipo de cambio (si procede)
- Oferta de instalación
- Detalle de las empresas colaboradoras en la oferta (si procede)
- Vigencia de la oferta
- Indicación de los plazos de entrega
- Cláusula de confidencialidad debidamente firmada por el proveedor

7. CLÁUSULA DE CONFIDENCIALIDAD

Ambas partes consideran confidencial toda la información que obtengan o le sea expuesta por la otra parte. Éstas están de acuerdo en adoptar las precauciones necesarias para mantener la confidencialidad sobre la información confidencial referida o que se pueda revelar en relación con el mismo, usando como mínimo con el mismo grado de cuidado que esa parte emplee respecto a su información confidencial, pero en ningún caso menos que el cuidado razonable para mantener la confidencialidad.