

---

**PROMOCIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES  
PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS  
EXPEDIENTE S-00730-2025**

---

rtve

Índice	Página
<b>1 Características de la plataforma y del servicio.....</b>	<b>3</b>
<b>2 Obligaciones a la finalización del contrato .....</b>	<b>5</b>
<b>3 Estructura solicitada para la propuesta .....</b>	<b>5</b>

## 1 Características de la plataforma y del servicio

La plataforma AdServer gestiona diferentes modalidades de publicidad digital y los servicios a prestar por el adjudicatario son:

- Capacidad para servir y distribuir tanto formatos promocionales en video como display (banner). El servicio que se contrata deberá cubrir las siguientes estimaciones de consumo para los 6 meses de duración:
  - Impresiones totales de video estándar: hasta 125 millones de impresiones.
  - Impresiones display web y mobile, pixel, sdk, rich media: hasta 45 millones de impresiones.
- Herramienta de creación, gestión, análisis y reporting de campañas de promoción.
- Soporte y asesoramiento técnico en la gestión de las campañas.

El adjudicatario debe ser propietario o distribuidor autorizado de la plataforma AdServer. En cualquier caso, ha de tener, como mínimo, las siguientes características:

- Usuarios
  - RTVE tendrá acceso como Administrador para la gestión de la plataforma.
  - Para la gestión de la plataforma, se necesitará acceso para al menos diez usuarios, donde se podrán establecer diferentes permisos en función grupos de trabajo creados.
  - La herramienta debe permitir diferentes niveles de acceso (permisos).
- Formatos
  - Debe de tener disponibles al menos todos los formatos estándar de video y banner display aprobados por IAB.
  - Debe de ser capaz de servir al menos los siguientes formatos de vídeo: preroll (incluido video en directo), midroll, postroll y overlay.
  - Debe de permitir la personalización de formatos.
- Flexibilidad en la creación de campañas
  - Creación de una o varias creatividades distintas.
  - Disponibilidad para la creación, como mínimo, con las siguientes variables:
    - Filtro de fechas (duración de la campaña, ajustable a día y hora) o Filtro de formato (tamaño, posición, “display o vídeo”)
    - Filtro de publicación (días de la semana, horas, diferentes creatividades, etc.)
    - Filtro de frecuencia (veces que una misma campaña impacta en un mismo usuario)
    - Filtro de sección/página/zona/ubicación (capacidad para filtrar en qué páginas específicas se servirá la campaña)
    - Filtro geográfico (segmentación por países, por comunidad autónoma, por región y por localidad)
    - Filtros “técnicos” (filtrado por navegadores, dispositivos, fabricantes, sistemas operativos)
- Soporte
  - Soporte técnico para resolución de incidencias en horario de oficina (9:00 horas -18:00 horas), de lunes a viernes durante todo el año. Su función será ayudar en la configuración de las diferentes campañas que realizamos, inserciones, emplazamientos, etc.

- También se necesitará la disponibilidad de un servicio técnico, para mejorar las posibles configuraciones del servidor de Promociones (nuevas categorías, keywords, estructuras de páginas, etc.)
- Formación
  - El adjudicatario se compromete a formar a 10 personas del equipo de RTVE en función de sus necesidades para la explotación de la plataforma a través de las best practices de uso, tecnología retargeting, tendencias en el mercado, etc.
  - La formación se podrá impartir en las instalaciones del adjudicatario o en las instalaciones de RTVE, a convenir.
- Informes
  - El Adserver ha de tener integrada una herramienta de reporting que permita el análisis de las campañas.
  - Debe disponer también de una herramienta que permita a RTVE hacer el seguimiento efectivo de las impresiones que se realizan.
  - El Adserver deberá permitir crear reportes personalizados incluyendo como mínimo los KPIS esenciales: impresiones, clicks, CTR, Viewability rate, video completion rate, video complete, CPM, CPC, ROI y visitantes únicos.
  - Como mínimo, las campañas deben poder analizarse desde un punto de vista de:
    - Fechas
    - Creatividad
    - Ubicación geográfica
    - Zonas/páginas
    - Navegadores
    - Dispositivos
    - Sistema operativo
- Requerimientos técnicos de vídeo

El adserver debe soportar el Standard VAST, VAST = Video Ad Serving Template, para permitir los vídeos roll.

También debe ser compatible con VPAID con el plugin concreto de VideoJS: <https://github.com/MailOnline/videojs-vast-vpaid/>.

El servicio de ad server ha de integrarse de forma inmediata con los servicios de RTVE de forma transparente, de tal manera que RTVE no tenga que hacer cambios en sus aplicaciones. Para tal fin, el licitador ha de incluir la información suficiente para validar que su solución permite la integración inmediata.

- Requerimientos recursos humanos

Los recursos humanos asignados al proyecto tendrán una experiencia de al menos 2 años en la gestión y distribución de publicidad online, así como al menos 2 años de experiencia en la implantación, gestión y distribución de publicidad utilizando servicios de mercado que incluyan distribución de pre, mid y post roll de videos utilizando el protocolo VAST.

## 2 Obligaciones a la finalización del contrato

El adjudicatario ha de tener en cuenta que el fin de la relación contractual con RTVE, con independencia del motivo de dicha finalización, conlleva las siguientes obligaciones:

- La cuenta creada para RTVE sobre la plataforma del adjudicatario, así como todos los datos asociados a ella, no se borrará, cancelará o cambiará de ninguna forma hasta transcurridos seis meses desde la finalización del contrato, permitiendo su consulta a RTVE; sin perjuicio de lo anterior, el adjudicatario no estará obligado a realizar ninguna operación sobre dicha cuenta y datos – excepto lo necesario para la conservación de su integridad.
- El adjudicatario está obligado a traspasar a RTVE todos los contenidos y datos asociados a su cuenta: modelado de la base de datos, estadísticas, etc.

## 3 Estructura solicitada para la propuesta

La propuesta debe tener, como mínimo, la siguiente estructura:

- Resumen Ejecutivo:  
Deben explicarse los aspectos más importantes de la propuesta: antecedentes, objetivos, beneficios, descripción. Su extensión no debe exceder 2 páginas.
- Oferta técnica:  
El licitador describirá los procedimientos y la metodología que se seguirán para el correcto cumplimiento del servicio.