

**PLIEGO DE CONDICIONES BÁSICAS PARA LA CONTRATACIÓN  
DEL DESARROLLO DEL SITIO WEB DE COMERCIO ELECTRÓNICO  
DE LA FUNDACIÓN COLECCIÓN THYSSEN-BORNEMISZA**

## CONDICIONES BÁSICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL DESARROLLO DEL SITIO WEB DE COMERCIO ELECTRÓNICO DE LA FUNDACIÓN COLECCIÓN THYSSEN-BORNEMISZA

### I. OBJETO DE LAS CONDICIONES BÁSICAS

El presente Pliego de Condiciones Básicas regula el procedimiento para la contratación por la Fundación Colección Thyssen-Bornemisza, sita en el Paseo del Prado núm. 8 de Madrid (en lo sucesivo, la “Fundación”), del desarrollo del sitio web de comercio electrónico (tienda.museothyssen.org) de la Fundación (en adelante, el “Proyecto”).

### II. PROCEDIMIENTO Y FORMA DE ADJUDICACIÓN

#### 1. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

La Fundación contratará el Proyecto, por medio de procedimiento ordinario, con la empresa licitadora que realice la oferta más ventajosa en su conjunto de acuerdo con los criterios establecidos en el presente Pliego.

#### 2. PRESENTACIÓN DE OFERTAS

- 2.1. Las empresas licitadoras podrán presentar sus ofertas directamente en el Museo Thyssen-Bornemisza de Madrid (a la atención de D.ª María Luisa Fernández Ponce), c/ Marqués de Cubas 21, 28014 Madrid, **antes de las 12:00 horas del día 10 de septiembre de 2015** (el horario de oficina es de 9:30 a 14:00).
- 2.2. No se admitirán las ofertas presentadas por e-mail, fax o por cualquier otro medio telemático. Tampoco se admitirá la documentación recibida con posterioridad a la fecha y hora de terminación del plazo señalado.
- 2.3. La presentación de las ofertas supondrá para cada empresa licitadora la aceptación expresa e incondicional de la totalidad de las condiciones contenidas en el presente pliego y en sus anexos.
- 2.4. Las ofertas deben presentarse en tres sobres cerrados y numerados, que deberá ser firmado por el licitador o la persona que le represente y con indicación de los siguientes datos:

Sobre nº .....
CONTRATO DE DESARROLLO DEL SITIO WEB DE COMERCIO ELECTRÓNICO DE LA FUNDACIÓN COLECCIÓN THYSSEN-BORNEMISZA
Licitador.....
CIF o NIF .....
Dirección: .....
Teléfono..... Fax .....
Correo electrónico.....
Nombre del/los representantes: .....
.....DNI / Pasaporte.....
Fecha y hora de presentación.....
(A rellenar por la Fundación)

- 2.5. En el interior de cada sobre, en una hoja independiente, las empresas licitadoras deberán incluir una relación ordenada y numerada de los documentos que contiene.
- 2.6. La Fundación entregará a cada empresa licitadora, una vez que haya presentado su oferta, un recibo con las siguientes indicaciones:
  - Denominación social y CIF del licitador.
  - Título del contrato al que licita.
  - Fecha y hora de presentación de los documentos.
- 2.7. Todos los documentos se presentarán en castellano o acompañados de traducción si estuvieran redactados en idioma distinto.
- 2.8. Todos los documentos deberán ser originales o copias debidamente compulsadas.
- 2.9. Toda la documentación que se aporte deberá presentarse de la forma más sintética y resumida posible, y deberá atenerse estrictamente al orden establecido en la Condición 3. No se admitirán las ofertas cuya propuesta técnica que superen las 20 páginas.
- 2.10. La empresa licitadora y la persona que la represente responderán de la exactitud y veracidad de todos los datos consignados.
- 2.11. Las ofertas serán firmes y vinculantes, y tendrán una vigencia mínima de dos meses desde el último día previsto para su presentación.
- 2.12. Cada licitador podrá presentar una única oferta, ya sea individualmente o como parte de una Agrupación de Interés Económico o Unión Temporal de Empresas.
- 2.13. No se admitirán ofertas múltiples o alternativas ni variantes. No obstante, se podrán presentar mejoras sin costes para la Fundación para la única propuesta técnica presentada, tales como servicios adicionales opcionales no facturados.
- 2.14. Las empresas interesadas en participar en el proceso de contratación podrán solicitar aclaraciones sobre el presente documento o sobre el Proyecto hasta una semana antes de que concluya el plazo para la presentación de las ofertas. Las solicitudes de información o aclaración deberán dirigirse al Departamento de Informática de la Fundación.
- 2.15. En las siguientes fechas, el equipo responsable del proyecto del Museo estará a disposición de las empresas interesadas participar en el proceso de contratación para explicar el alcance del proyecto así como las características del material que será entregado para el desarrollo del mismo

(wireframes, diseño, etc.):

- 20 de agosto de 10:00 a 13:00.
- 4 de septiembre de 10:00 a 13:00.

Las empresas interesadas en asistir a estas reuniones informativas deberán contactar a tal efecto con el departamento de contratación en la siguiente dirección de email licitaciones@museothyssen.org.

### **3. CONTENIDO Y FORMATO DE LAS OFERTAS**

Los sobres indicados en la Condición 2.4 contendrán la información que se indica a continuación:

#### **3.1. Sobre nº 1.- Documentación administrativa**

##### **3.1.1. Documentos que acrediten la capacidad de obrar y la representación de las empresas licitadoras**

- El sobre contendrá la escritura de constitución y, en su caso, las posteriores escrituras de modificación.
- Las personas que comparezcan o firmen ofertas en nombre de una persona jurídica, deberán acreditar documentalmente el título de su representación, y deberán incluir fotocopia de su DNI o del documento que, en su caso, le sustituya reglamentariamente.

Las escrituras deberán estar debidamente inscritas en el correspondiente Registro cuando así lo exija la normativa vigente.

##### **3.1.2. Declaración responsable de no estar incurso en las causas de exclusión ni en las prohibiciones de contratar** establecidas en el artículo 45 de la Directiva 2004/18/CE, de 31 de marzo de 2004, del Parlamento europeo y del Consejo, sobre coordinación de los procedimientos de adjudicación de los contratos públicos de obras, de suministros y de servicios, y el artículo 60 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (RDLeg 3/2011). Esta declaración incluirá la manifestación de hallarse al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes. Las empresas licitadoras podrán utilizar a estos efectos el modelo de declaración que se une a este Pliego como Anexo I.

##### **3.1.3. Certificados de la AEAT y de la Tesorería General de la Seguridad Social** acreditativos de hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social a los efectos de contratar con el sector público.

**3.1.4.** Un ejemplar del presente **Pliego de Condiciones Básicas** debidamente firmado en todas las páginas, incluidos anexos.

**3.2. Sobre nº 2.- Propuesta técnica**

Se presentará una única propuesta, que no deberá exceder de las 20 páginas, en la que se describa detalladamente los siguientes aspectos, teniendo en cuenta los requisitos del Anexo III:

- 1) Descripción de la solución propuesta: se deberá especificar, al menos, **(i)** plataforma tecnológica propuesta; **(ii)** metodología de trabajo; **(iii)** cronograma; **(iv)** esquema de integración con sistemas corporativos.
- 2) Mejoras sin coste adicional para la Fundación.
- 3) Condiciones y plazo de la garantía y el mantenimiento.

**3.3. Sobre nº 3.- Oferta económica**

El sobre nº 3 contendrá **una única oferta económica** conforme al “Modelo de Oferta Económica” (Anexo II), en la que se expresará, en letra y en cifra, el importe ofertado como precio alzado, fijo y cerrado.

El presupuesto máximo de licitación es de CUARENTA Y CINCO MIL (45.000) EUROS, más el IVA correspondiente.

Cualquier servicio que no se haya indicado en el presente Pliego ni en la oferta económica de la empresa que resulte adjudicataria pero que sea necesario para la correcta ejecución del Proyecto se entenderá incluido en la oferta económica presentada.

**4. APERTURA DE LAS OFERTAS**

- 4.1. La Fundación examinará y calificará previamente la validez formal de los documentos contenidos en el sobre nº 1, y no admitirá aquellos que no sean completos, adolezcan de algún defecto o contradigan a las presentes Condiciones.
- 4.2. Si la Fundación observase defectos u omisiones subsanables en la documentación presentada, lo comunicará a los licitadores para que los corrijan o subsanen en el plazo de tres (3) días.
- 4.3. Presentadas las ofertas en tiempo y forma y, en su caso, subsanados los defectos de la documentación presentada, **el día 16 de septiembre de 2015, a las 12:00 horas**, la Fundación procederá en acto público a la apertura de las ofertas admitidas (sobres nº 2 y 3) y dará cuenta de las proposiciones no admitidas y la causa de su inadmisión.

4.4. La Fundación podrá modificar la fecha de apertura pública de ofertas, en cuyo caso lo comunicará a los participantes por correo electrónico.

## 5. CRITERIOS DE VALORACIÓN Y ADJUDICACIÓN

5.1. La Fundación valorará independientemente las ofertas presentadas.

5.2. Los criterios que han de servir de base a la Fundación para adjudicar el contrato serán los siguientes:

- **Oferta económica (40 puntos).** Se considerará como oferta económica más ventajosa la del menor precio que no sea desproporcionada o temeraria, a la que se asignará la máxima puntuación de 40 puntos. Cada una de las restantes ofertas obtendrá una puntuación proporcional aplicando la siguiente fórmula:

**V**= valoración de la oferta económica  
**OE**= oferta económica  
**OEMV**= Oferta económica más ventajosa

$$V = \frac{40 \times OEMV}{OE}$$

Se podrá considerar a los efectos de lo dicho anteriormente que constituye una oferta desproporcionada o temeraria las ofertas económicas que sean inferiores en más de 40 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas.

Antes de rechazar la oferta que, de acuerdo con lo anterior, pueda ser considerada desproporcionada o temeraria, la Fundación deberá solicitar por escrito a la empresa que corresponda las precisiones que considere oportunas sobre la composición de la oferta, y comprobará esta composición teniendo en cuenta las explicaciones recibidas. La Fundación, para aceptar o rechazar dicha oferta, podrá tomar en consideración las explicaciones del ahorro que representa el método, las soluciones técnicas aplicadas, o las excepcionales condiciones económicas a que tenga acceso la empresa licitadora para la ejecución del contrato. En el caso de aceptar las explicaciones de dicha empresa, y en el caso de ser adjudicado el contrato a la misma, la Fundación se reserva el derecho a exigir una garantía en forma de aval bancario a primer requerimiento por el diez por ciento del importe del contrato.

- **Calidad de la propuesta técnica (40 puntos).** Las propuestas técnicas se puntuarán con un máximo de 40 puntos. Se valorará de

manera significativa la metodología que proponga la empresa licitadora, así como las características de la plataforma tecnológica propuesta y su gestor de contenidos (CMS).

Los 40 puntos de la propuesta técnica se desglosan de la siguiente forma:

- 5 puntos: Metodología de desarrollo propuesta.
  - 20 puntos a las características del backoffice de la plataforma tecnológica propuesta y su gestor de contenidos.
  - 15 puntos a las características del frontend de la plataforma tecnológica propuesta.
  - 
  - **Mejoras sin coste adicional para la Fundación (20 puntos).** Se puntuará con un máximo de 20 puntos las mejoras sin coste adicional que propongan las empresas. Se valorará especialmente el mayor número de mejoras y su utilidad a efectos del Proyecto.
- 5.3. La Fundación clasificará las ofertas y acordará la adjudicación del Contrato a la empresa que haya presentado la oferta económicamente más ventajosa en su conjunto (en lo sucesivo, el “Contratista”).
- 5.4. La Fundación podrá renunciar a la celebración del contrato o desistir del procedimiento en cualquier momento anterior a la adjudicación, en cuyo caso indemnizará a los licitadores por los gastos que hubiesen incurrido y que sean demostrables, con un importe máximo de cien euros por licitador.
- 5.5. El acuerdo de adjudicación será adoptado en el plazo máximo de un mes desde la apertura pública de las ofertas, y su decisión será notificada a todos los participantes y publicada en los mismos medios en los que se hubiese publicado el anuncio del concurso.
- 5.6. El Contrato se entenderá perfeccionado con el Contratista en el momento de su formalización.

## **6. DOCUMENTO DE FORMALIZACIÓN**

- 6.1. Una vez adjudicado el Contrato, el Contratista deberá suscribir el Documento de formalización del Contrato con la Fundación.
- 6.2. El Contrato podrá ser elevado a escritura pública cuando lo solicite cualquiera de las partes, en cuyo caso los gastos derivados del otorgamiento serán de cargo de la parte peticionaria.
- 6.3. Transcurridos tres meses desde la adjudicación, la documentación incluida en los sobres de presentación de las ofertas quedará a disposición de las empresas que presentaron dichas ofertas y no resultaron adjudicatarias,

salvo que por razones justificadas la Fundación deba retenerla. En cualquier caso, la Fundación podrá conservar para su registro una copia de toda la documentación presentada por las empresas licitadoras.

## PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

### 7. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato consiste en un proyecto “llave en mano”: el desarrollo y puesta en explotación en perfecto funcionamiento de un sitio web de comercio electrónico bajo el dominio tienda.museothyssen.org (el “Proyecto”).

Las características del Proyecto son las siguientes:

- El contrato tendrá una duración máxima de 5 meses y las tareas del proyecto empezarán el día de la firma del contrato.
- La fecha de finalización del proyecto, en todo caso, podrá ser modificada por el equipo digital de Museo Thyssen en función de las necesidades del proyecto.
- El proyecto deberá cumplir con los requerimientos recogidos en el anexo III.

### 8. NORMAS GENERALES

- 8.1. El Proyecto se ejecutará con estricta sujeción a las condiciones contenidas en el presente Pliego de Condiciones Básicas y sus anexos. En lo que no contradiga a estas Condiciones Básicas y sus anexos, el Proyecto se ejecutará conforme a la oferta del Contratista y, en su caso, conforme a las instrucciones o indicaciones que dicte la Fundación durante la ejecución del contrato.
- 8.2. El Contratista se obliga a no subcontratar personal externo sin la previa autorización escrita de la Fundación, y a cumplir con la totalidad de los deberes laborales, fiscales y de seguridad social en relación con el personal propio.
- 8.3. *Naturaleza del contrato.* El Contrato tendrá la naturaleza jurídica de un contrato de arrendamiento de obra mercantil. No se derivará relación o vínculo laboral, ni de sociedad, alguno entre las partes, ni entre la Fundación y el personal de esta empresa que pueda trabajar en la prestación de servicios requerida por la Fundación.
- 8.4. *Responsabilidades.* El Contratista será responsable de cualquier daño o responsabilidad que pueda derivar de la ejecución del Proyecto, tales como pérdidas de datos, difusión no consentida de datos de carácter personal o de información confidencial de la Fundación o de su personal, así como de la vulneración de derechos de propiedad intelectual e industrial o de posiciones

jurídicas de análogo contenido económico con motivo de los trabajos.

- 8.5. *Derechos sobre el software y otros elementos o contenidos.* El Contratista reconoce a la Fundación la titularidad de todos los derechos de propiedad intelectual e industrial y posiciones jurídicas de análogo contenido económico que recaigan sobre el diseño, la apariencia (*look and feel*), las aplicaciones informáticas y los contenidos y otras creaciones actuales o que se realicen con ocasión de los trabajos objeto del Contrato, incluidos los derechos sobre la documentación preparatoria, la documentación técnica, los prototipos presentados y los manuales de uso de las aplicaciones informáticas, que hayan sido elaborados por el Contratista; y se obliga a no emplear, ni para uso propio ni para uso privado, ninguno de los referidos diseños, apariencias, aplicaciones informáticas, contenidos o cualquier otra creación de la que sea titular la Fundación en virtud de la presente Condición.
- 8.6. *Entrega de material.* El Contratista se obliga a entregar a la Fundación todo el material gráfico y documentación que se genere con ocasión de la ejecución del presente Contrato.

## **9. PRECIO Y ABONO DEL PROYECTO**

- 9.1. El precio es alzado, fijo y cerrado. En consecuencia, el Contratista no podrá aumentar el precio por razón de la mano de obra, el equipamiento necesario o los suministros de cualquier naturaleza que fuesen necesarios para la ejecución del contrato, el tiempo que sea necesario para la solución de las incidencias, ni aún por trabajos imprevistos que sean necesarios para la ejecución del objeto del Contrato, y con independencia de la variación del IPC y de cualquier otra variable.
- 9.2. El proyecto se abonará de la siguiente forma:
- 25% a la firma del contrato.
  - 25% tras la puesta en explotación de una versión 100% operativa de la nueva tienda (programación, diseño y textos).
  - 25 % tras la migración del catálogo de productos, formación, publicación del nuevo sitio web, validación del nivel de accesibilidad AA y firma del acta de recepción.
  - 25% dos meses tras la firma del acta de recepción.
- 9.3. El pago se efectuará por transferencia bancaria contra la presentación de la correspondiente factura, en la primera fecha de pagos generales de la Fundación después de la fecha de la factura.

## **10. RECEPCIÓN DE LOS TRABAJOS**

- 10.1. Dentro de la semana siguiente a la fecha de terminación de los trabajos, la Fundación verificará con una persona responsable del Contratista que el sitio web de comercio electrónico está perfectamente desarrollado y puesto en explotación, y funciona a pleno rendimiento, en cuyo caso ambas partes firmarán un Acta de Recepción de los Trabajos.
- 10.2. En el caso de que en el momento de firmar el Acta de Recepción se aprecien defectos o errores en el funcionamiento de la página web, el Contratista corregirá dichos defectos o errores en el plazo máximo de 5 días. Subsano el defecto o error se volverán a inspeccionar la página web y, en caso de comprobar que funciona correctamente, se firmará el Acta de Recepción.

## **11. SUPERVISIÓN DEL PROYECTO**

- 11.1. Los trabajos objeto del Proyecto estarán sujetos a inspección, examen y prueba por parte de la Fundación siempre que ésta lo considere oportuno.
- 11.2. La responsabilidad del Contratista frente a la Fundación y, en su caso, frente a terceros, en modo alguno quedará exonerada o atenuada por la inspección, revisión o aprobación que pueda hacer la Fundación.

## **12. CONFIDENCIALIDAD**

- 12.1. Los licitadores y posteriormente el Contratista se obligan a guardar la más absoluta confidencialidad sobre los datos de carácter personal, los datos confidenciales de la Fundación y de terceros con los que contrata la Fundación, y el know-how a los que pudiera tener acceso como consecuencia de los tratos previos, la contratación y la ejecución del Proyecto, tanto durante su vigencia como con posterioridad a la finalización del mismo, sin límite temporal. A tal efecto, se entienden como datos confidenciales todos aquellos datos no divulgados por la Fundación a los que pudieran tener acceso.
- 12.2. A fin de conseguir el cumplimiento del compromiso asumido en el párrafo anterior, los licitadores y posteriormente el Contratista se obligan a disponer de las medidas de seguridad, físicas y organizativas suficientes para ello, y a dar las instrucciones oportunas a las personas que directa o indirectamente manejan la referida información.
- 12.3. A la finalización de los trabajos, el Contratista devolverá, borrará o destruirá toda la información confidencial perteneciente a la Fundación, cualesquiera que sea el medio en el que esté registrada esta información y de la forma que la Fundación indique por escrito.

## **13. PROHIBICIÓN DE CESIÓN DEL CONTRATO**

El Contratista se obliga a no ceder, en todo ni en parte, ninguno de los derechos u obligaciones que se deriven del Contrato, salvo previa autorización escrita de la Fundación.

#### **14. CAUSAS DE RESOLUCIÓN DEL CONTRATO**

Son causas de resolución del Contrato las que corresponden según la legislación civil y, en particular, las siguientes:

- a) La incapacidad sobrevenida o extinción de la personalidad jurídica de cualquiera de las partes.
- b) El incumplimiento en la ejecución del Proyecto de las condiciones previstas en el presente Pliego o en la Oferta del Contratista, o de las especificaciones u órdenes que al efecto dicte la Fundación.
- c) El incumplimiento de los deberes de confidencialidad.
- d) La falta de pago o consignación por más de dos meses del precio de los servicios por parte de la Fundación.

#### **15. FUERO Y LEY APLICABLE**

15.1. La presentación de su oferta por los licitadores supondrá la aceptación de todas las condiciones del presente Pliego y sus anexos.

15.2. El Contrato objeto del presente concurso se someterá a Derecho español.

15.3. Para cualquier controversia relativa a la interpretación y ejecución del Contrato o del procedimiento de adjudicación, los licitadores se someten a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales de Madrid capital, y hacen expresa renuncia de cualquier fuero que pudiera corresponderles.

ANEXO I

**DECLARACION RESPONSABLE DE NO ESTAR INCURSO EN CAUSA  
DE EXCLUSION O PROHIBION DE CONTRATAR**

D/Dña. .... mayor de edad, de nacionalidad  
....., domiciliado en ....., calle  
....., número ..... y D.N.I./ N.I.E número  
..... en nombre y representación de ..... con  
N.I.F/C.I.F ..... domicilio fiscal en ....., calle  
..... (en lo sucesivo, la “Sociedad”) declara bajo su  
responsabilidad que:

1. La Sociedad no incurre en las causas de exclusión ni en las prohibiciones de contratar establecidas en el art. 45 de la Directiva 2004/18/CE, de 31 de marzo de 2004, del Parlamento europeo y del Consejo, sobre coordinación de los procedimientos de adjudicación de los contratos públicos de obras, de suministros y de servicios, y en el art. 60 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (RDLeg 3/2011).
2. La Sociedad se halla al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, y se obliga a aportar los certificados acreditativos de dicho cumplimiento en el caso de resultar adjudicatario del referido contrato.

..... de ..... de .....  
(lugar, fecha y firma del representante legal o apoderado)

ANEXO II.- MODELO DE OFERTA ECONÓMICA

D/Dña. .... mayor de edad, de nacionalidad  
....., domiciliado en ....., calle  
....., número ..... y D.N.I./ N.I.E número  
..... en nombre y representación de ..... con  
N.I.F/C.I.F ..... domicilio fiscal en ....., calle  
..... (en lo sucesivo, la “Sociedad”) se compromete a  
ejecutar el Contrato de desarrollo del sitio web de comercio electrónico de la  
Fundación Colección Thyssen-Bornemisza, con estricta sujeción a los requisitos y  
condiciones previstos en el Pliego de Condiciones Básicas y sus anexos y en los  
términos de su oferta presentada, por las cantidades alzadas, fijas y cerradas que  
se indican a continuación:

**A) PRECIO TOTAL (SIN IVA)**

En letra:.....

En número: .....€.

**A) PRECIO TOTAL (CON IVA)**

En letra:.....

En número: .....€.

..... de .....de .....  
(lugar, fecha y firma del representante legal o apoderado)

**ANEXO III**  
**DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO**  
**TIENDA.MUSEOTHYSSEN.ORG**  
20 de julio de 2015

## CONTENIDO

1	Introducción.....	16
2	Objetivos, contexto y alcance del proyecto .....	16
3	Material de partida.....	17
4	Características generales.....	18
4.1	Idiomas .....	18
4.2	Medición.....	18
4.3	Accesibilidad.....	18
4.4	Search engine optimización (SEO) .....	19
4.5	Social media optimization (SMO).....	19
4.6	Fuente .....	19
4.7	Diseño móvil .....	19
4.8	Fuente .....	19
4.9	Gestión de usuarios .....	20
4.10	Titularidad del código .....	20
4.11	Gestión de tiendas secundarias.....	20
5	Arquitectura, elementos principales y funcionalidades usuario .....	20
5.1	Home y elementos comunes de las páginas .....	20
5.2	Contenedores y categorías.....	22
5.3	Listados y páginas de categorías .....	23
5.4	Ficha de producto .....	23
5.5	Servicio de impresión a la carta .....	24
5.6	Carrito y páginas de proceso de compra .....	25
5.7	Área privada .....	26
5.8	Sistema de envío de e-mails .....	27
5.9	Backoffice y gestor de contenidos (CMS) .....	27
5.10	API .....	30
6	Arquitectura tecnológica.....	30
6.1	Hosting .....	30
6.2	Bases de datos .....	31
6.3	Integración con sistemas corporativos .....	31
6.3.1	ERP Microsoft Business Solution Navision .....	31
6.3.2	Tarjeta Amiga .....	32
6.3.3	Automatización de marketing.....	32
6.4	Integración con sistemas de pago.....	32
6.5	Backup.....	32
6.6	Cookies.....	33
7	Fases del proyecto .....	33
8	Plazos.....	33
9	Documentación.....	34
10	Formación.....	34
11	Soporte.....	34
12	Mantenimiento.....	34
13	Garantía .....	35

## 1 INTRODUCCIÓN

El Museo Thyssen-Bornemisza está desarrollando un plan digital que tiene como objetivo final el disponer de una presencia digital, alineada con las necesidades de comercialización del Museo, con nuevos contenidos, nuevos servicios, nuevas fuentes de ingresos, capacidades analíticas y mejora de los procesos internos.

El primer paso de este plan digital fue el proyecto de consultoría digital desarrollado a lo largo del año 2014. A partir de las conclusiones de este proyecto se ha establecido un replanteamiento y evolución del modelo digital del Museo, sustentado por todas sus presencias online (Museo, Educathyssen, Tienda, Ticketing) y todos sus formatos (web, tablet, mobile,...).

El objetivo de este documento es la identificación de los requerimientos funcionales y técnicos que deberá cumplir el desarrollo y mantenimiento (12 meses) la tienda online del Museo Thyssen-Bornemisza.

## 2 OBJETIVOS, CONTEXTO Y ALCANCE DEL PROYECTO

La nueva tienda online del Museo Thyssen-Bornemisza tiene como objetivos primordiales:

- Incrementar el número de visitantes a la Tienda online (y también a la Tienda física)
- Incrementar los ingresos on/off line mediante la venta de productos y publicaciones
- Aumentar y fidelizar los diferentes tipos de clientes de la Tienda y Tienda online del museo.

La nueva Tienda online formará parte del ecosistema digital del Museo compuesto por:

- MuseoThyssen.org
- EducaThyssen.org
- Tienda Online
- Venta de entradas online
- Presencia en RRSS y otros sitios web

Para poder cubrir los objetivos identificados, se han identificado las carencias de la actual tienda online y las necesidades de la nueva tienda online. A partir de todo ello se ha elaborado el presente documento para describir en detalle las características y funcionalidades y las necesidades de integración con otros elementos así como del mantenimiento requerido.

En cuanto al alcance del proyecto se contempla los siguientes trabajos:

- **Maquetación:**
  - **Maquetación:** Maquetación en html de todos y cada uno de los canales y páginas del nuevo sitio web a partir de un diseño y guía de estilo ya existente que será entregado por el Museo al adjudicatario.

- **Imágenes:** Creación de imágenes de maquetación necesarias y no incluidas en el diseño o la guía de estilo.
- **Desarrollo:**
  - **Programación:** Programación y desarrollo para la adaptación de un software pre-existente de gestión de comercios electrónicos.
  - **Pruebas:** Pruebas de carga y funcionales la nueva tienda online desarrollada.
  - **Publicación:** Puesta en explotación de la nueva tienda online en tres entornos suministrados por el Museo: producción preproducción y desarrollo.
  - **Integración:** Desarrollo de todas los interfaces y procesos necesarios para la integración con otros elementos de software y de todo tipo según los requisitos que se describen en este documento.
- **Carga de contenidos:**
  - **Migración de contenidos:** Datos, textos, imágenes, módulos, bases de datos de usuarios, productos, categorías, pedidos u otros que fuera necesario recuperar de la actual tienda online en Magento.
  - **Textos e imágenes:** Carga de textos e imágenes suministrados por el Museo.
- **Formación:** Formación de personal del Museo en la gestión y administración de la nueva tienda online.
- **Mantenimiento:** Mantenimiento perfectivo y evolutivo durante 12 meses.

Queda excluido de esta contratación:

- Redacción y traducción de textos.
- Textos e imágenes de contenidos, es decir, no relacionados con la maquetación.
- Gestión de derechos de imágenes, video, audios y otros materiales similares.
- Hosting.

### 3 MATERIAL DE PARTIDA

El Museo suministrará al adjudicatario los siguientes materiales que tomará como punto de partida para el desarrollo del nuevo sitio web y la migración de datos.

- **Wireframes:** Wireframes (móvil y desktop) de todas las páginas a desarrollar en formato pdf.

- **Diseño:** Diseño final (móvil y desktop) de las 4 páginas principales en formato jpeg editable con Fireworks. Se suministrarán también el diseño de otras 5 páginas correspondientes al proceso de confirmación de compra.
- **Guía de estilo digital:** Estilo de los principales componentes de maquetación: títulos, subtítulos, cuerpo, campos de formularios, botones, imágenes, etc.
- **Datos:** Acceso a la base de datos en Magento de la actual tienda online para el proceso de migración de datos.
- **Directorio Web:** Directorio del sitio web actual para el proceso de migración de datos.
- **Textos:** Textos (menús, títulos, subtítulos, cuerpos, botones, textos alternativos, etc.) de maquetación y contenido del nuevo sitio en español e inglés.

## 4 CARACTERÍSTICAS GENERALES

### 4.1 Idiomas

Todas las páginas y canales del nuevo sitio web serán multi-idioma si bien en una primera fase se trabajará con versiones en dos idiomas: español e inglés. Al pasar de uno a otro idioma el usuario se mantendrá en la página en la que estaba cambiando tan solo el idioma.

### 4.2 Medición

El adjudicatario deberá diseñar e implementar en la nueva tienda online una estrategia de medición basada en Google Analytics para la que deberá asegurar un correcto etiquetado y programación javascript de todas las páginas. Esta estrategia deberá contemplar como mínimo:

- Cuadro de mando general del sitio.
- Embudos de conversión en todos aquellos canales orientados a la conversión.
- Uso de opciones de formularios de búsqueda y similares mediante el registro de eventos.
- Registro de transacciones.

### 4.3 Accesibilidad

El desarrollo deberá cumplir con un nivel de accesibilidad WAI AA. El adjudicatario emitirá un certificado del nivel de accesibilidad AA tras la realización de las validaciones pertinentes.

#### **4.4 Search engine optimización (SEO)**

La nueva tienda online deberá ser desarrollada con objeto de optimizar el posicionamiento en buscadores: buenas prácticas SEO: uso de metadatos, URLs limpias, permalinks, etc.

Se deberá diseñar e implementar una estrategia para mantener los enlaces existentes a las principales entidades del sitio web:

- Autores
- Obras
- Exposiciones

#### **4.5 Social media optimization (SMO)**

La nueva tienda online deberá contar con funcionalidades específicas que permitan integrarlo como elemento central de la estrategia en RRSS del Museo. Las siguientes funcionalidades serán imprescindibles:

- Login social
- Compartir: Facebook, Twitter, Google +, Pinterest, Email, Whatsup (móvil), etc.

#### **4.6 Fuente**

Para la implementación del diseño propuesto el adjudicatario deberá utilizar un tipo de fuente específico que será suministrada por el Museo en formato WOFF y EOT.

#### **4.7 Diseño móvil**

La nueva tienda online que será desarrollado a partir de plantillas ya diseñadas que serán entregadas por el Museo al inicio del proyecto. La implementación de las plantillas presentadas tendrá en cuenta los principios de un diseño web adaptativo (Responsive Web Design) que permita una perfecta visualización en dispositivos desktop, tabletas y móviles.

El site ofrecerá dos visualizaciones: escritorio/tablet y móvil. Si el diseño entregado no permitiera la implementación de una única versión responsive, el adjudicatario deberá notificarlo al Museo en la fase de validación para su corrección. Será necesaria una solución Responsive Design con componentes de servidor (RESS) o similar para algunas funcionalidades diferenciadas para escritorio/tablet y móvil.

#### **4.8 Fuente**

Para la implementación del diseño propuesto el adjudicatario deberá utilizar un tipo de fuente específico que será suministrada por el Museo en formato WOFF y EOT.

#### 4.9 Gestión de usuarios

El conjunto de los espacios y canales web del Museo, incluida la nueva tienda online, ofrecerá un servicio Single Sign On/Lightweight Directory Access Protocol (SSO/LDAP) que permita la gestión centralizada de usuarios tanto del conjunto de sitios que conforman la presencia digital del Museo: Web museo, Educathyssen.org, entradas y tienda online.

El servicio SSO deberá permitir el registro y login mediante:

- **Sistema propio de la plataforma de comercio electrónico:** Basado en email o usuario y clave.
- **Login social:** Google, Twitter y Facebook.

La propuesta deberá especificar la forma por la que el resto de sitios web del Museo podrán integrarse con este servicio centralizado de usuarios.

#### 4.10 Titularidad del código

La nueva tienda online será desarrollada bajo licencias open source o a medida siendo la Fundación el titular del código generado o/y de la versión del software open source modificada.

Todo el código fuente así como su documentación formarán parte de los entregables del proyecto.

#### 4.11 Gestión de tiendas secundarias

El sistema de gestión de la nueva tienda online permitirá la posibilidad de generar otras tiendas online en frontend a partir del mismo sistema de backoffice y CMS y la misma base de datos de clientes, pedidos... y un mismo catálogo de productos si bien en este caso se podrá gestionar de manera diferenciada los productos a visibilizar en cada frontend.

### 5 ARQUITECTURA, ELEMENTOS PRINCIPALES Y FUNCIONALIDADES USUARIO

#### 5.1 Home y elementos comunes de las páginas

La home debe ser una página que muestra de forma atractiva los contenidos y accesos a categorías y contenedores de la tienda online así como acceso al área privada, carrito, etc. En su espacio más visible se mostrarán imágenes de las gamas de producto de exposiciones temporales actuales o productos o categorías que estén en promoción o se quieran destacar.

La cabecera y pie de página son comunes a toda la web (salvo las páginas de los diferentes pasos del proceso de confirmación de compra).

La cabecera incluye acceso a registro o área privada del usuario, acceso a carrito y logotipos. Bajo estos elementos hay otros elementos de cabecera fijos para todas las páginas: acceso a los grandes contenedores de productos (Reproducciones, Publicaciones, Regalos y Exposiciones), a un menú desplegable para las categorías “tradicional” (joyas, textil, publicaciones, infantil, hogar...) y al motor de búsqueda. El buscador debe ser predictivo con sugerencia de productos

a partir de la tercera letra de input y mostrar en desplegable información básica de productos (Nombre, Foto, Precio descuento / Precio total...) con opción de pinchar para mostrar resultado en una página tipo listado. Si el resultado es un solo producto debe ir a la ficha de producto.

Si el usuario no clica en los resultados sugeridos, la funcionalidad del buscador se mantiene por defecto y el usuario aterriza en la página de resultados. El icono del carrito al clickar en él debe llevar al carrito pero si se pasa el cursor por él sin pinchar debe mostrarse un desplegable con una versión resumida del carrito (y botón para acceder al carrito a página completa).

El pie incluye enlace a las páginas fijas de ayuda e información legal: Cómo comprar, Formas de pago, Política de devoluciones, Condiciones de envío así como a redes sociales y la opción de cambio de idioma así como el Contacto.

En la home, en el espacio entre cabecera y pie hay otros elementos desde arriba hacia abajo:

- **Espacio a todo ancho a modo de slider:** Debe poder configurarse para ubicar en este espacio varios elementos si bien estos no pasarán de uno a otro automáticamente sino mediante botones para que el usuario pueda cambiar entre ellos. Cada uno de estos elementos debe poder configurarse para que sea todo texto, todo imagen o una combinación de texto e imagen (bien separados o superpuesto el texto a la imagen) pudiendo definirse distintas combinaciones de anchos asignados al bloque de texto y al de imagen.
- **4 “pastillas” para promociones:** Espacios rectangulares configurables con contenido de texto y enlaces.
- **Distintos bloques uno encima del otro:** La generación de estos bloques (por productos, categorías...) tiene que ser totalmente flexible y personalizable. En todos los casos estos bloques están compuestos por un título y elementos bajo dicho título. Estos elementos pueden ser de texto o de texto con imagen para categorías. En el caso de que los elementos que se muestren sean productos se mostrará para cada uno de ellos una versión compacta de los campos principales que se pueden mostrar o no de cada producto caso a caso: imagen, nombre, precio, precio anterior, cantidad en stock de distintos, oferta, botón para añadir a carrito... La selección de los productos que aparecen en un bloque determinado debe ser configurable por criterios de filtrado: categorías, rango de precio, oferta o no, novedad o no... o una combinación de los distintos criterios. Para estos bloques a modo de listados ya sean de productos o de categorías, contenedores, etiquetas... se debe poder especificar caso a caso el número de elementos a mostrar y si se quiere incluir en la parte inferior un botón para que se muestren más en tandas de otros tantos como los que se muestran inicialmente y así sucesivamente hasta poder mostrar la totalidad de elementos que cumplen con los criterios fijados para el bloque. Pinchando en el título del bloque el usuario puede ir a una página tipo listado con todos los elementos según los criterios fijados.

Para la versión móvil se requiere poder cambiar de orden con respecto a la de escritorio si bien los bloques serán los mismos.

- **Bloque Visita nuestra tienda:** Se trata de un bloque con imagen a todo ancho de la tienda física sobre la cual va superpuesto un bloque de texto configurable con información útil (horario...) y enlace con página fija de “Cómo llegar” con mapa, etc... Este bloque es en principio fijo pero debe poderse activar o desactivar.
- **Suscripción a envíos por e-mail:** Módulo con casilla para que los usuarios puedan suscribirse y recibir e-mails de la tienda online. El texto debe ser configurable para distintas promociones, etc...
- **Pop-up suscripción:** En la home habrá un Pop-up para suscripción a envíos por e-mails, configurable por idiomas con promociones, imágenes, cambio de color, checkbox para aceptación de condiciones, tiempo hasta que salga, si sale o no para clientes que visitan la web en segunda o posteriores ocasiones...

En cuanto a funcionalidad los contenidos de la Home requieren una maquetación adhoc y su publicación debe poder configurarse dependiendo del idioma o de manera personalizada para determinados usuarios registrados o grupos de usuarios. Debe poder programarse con fecha de publicación y “despublicación”. En la versión móvil se podrá configurar que algunos elementos de la parte central se muestren en un orden distinto.

## 5.2 Contenedores y categorías

La arquitectura de contenidos del catálogo de productos se estructura en base a una taxonomía múltiple. Los productos se pueden clasificar en base a distintos criterios:

- **Pertenencia a uno(s) de los 4 grandes contenedores de producto:** Reproducciones, Publicaciones, Regalos y Exposiciones. Dentro de estas grandes categorías que llamamos “contenedores” deben poderse crear subcategorías que a su vez pueden coincidir o no con las categorías que llamamos tradicionales.
- **Pertenencia a categoría(s):** Su pertenencia a una o más de las categorías tradicionales o de las subcategorías en que estas categorías se dividen. Estas categorías se deben poder añadir, borrar, crear subcategorías... así como determinar el orden en que se muestran los productos dentro de cada categoría o subcategoría.
- **Por otros criterios correspondientes a campos en la ficha de cada producto:** número de inventario de la obra, artista, precio, Oferta (sí o no), Novedad (cualquier producto será novedad entre una fecha y otra posterior definible para cada producto).
- **Mediante etiquetas:** a cada producto podrán asociarse ninguna, una o varias etiquetas que deben permitir generar listados y selecciones para productos que tengan una misma etiquetas o varias etiquetas coincidentes.

A cada categoría, contenedor, artista o etiqueta se le puede asignar una imagen. El acceso por parte del usuario a cualquier contenedor, categoría, subcategoría, etiqueta/s o selección de productos mediante otro criterio debe ofrecer una visualización tipo listado.

### 5.3 Listados y páginas de categorías

Un listado es una página que muestre una selección de elementos (ya sean productos, categorías u otros elementos susceptibles de ser presentados como una lista). Se podrán configurar de tal manera que se visualicen los elementos sólo como un texto que sea enlace al detalle de ese elemento o al listado correspondiente o con una combinación de texto e imagen. Si se trata de un listado de productos estos se mostrarán en una versión compacta de los elementos principales que se pueden mostrar o no caso a caso: imagen, nombre, precio, precio anterior, cantidad en stock de distintos, oferta, botón para añadir a carrito...

Los listados de productos deben ser ordenables por el usuario según sean más o menos populares, según su antigüedad o según precio bien de más alto a más bajo o de más bajo a más alto. Debe presentarse en los listado un botón de “Filtrar” que abra un desplegable que permita filtrar los productos por diferentes criterios: **Por rango de precio (con slider entre mínimo y máximo), artista, categoría, checkboxes “Para él”, “Para ella”, “Para niños”.**

Las páginas de categoría o subcategoría serán páginas de listado tal como se han descrito pero deben poder configurarse para incluir de manera opcional caso a caso en su parte superior un bloque con texto e imagen a modo de cabecera del listado. Será el caso de las páginas de categorías que además deben incluir información y enlaces a las subcategorías que dependen de la categoría en cuestión.

### 5.4 Ficha de producto

La ficha de producto debe incluir los siguientes elementos:

- Nombre del producto
- Código del producto
- Precio y precio para Amigos del Museo
- Imagen principal con opción de ampliación en pop-up
- Texto descriptivo del producto
- Enlace para cálculo rápido de gastos de envío en desplegable o selección de recogida en tienda
- Botón para añadir al carrito
- Botones para compartir por e-mail o RRSS u otras apps en móvil que permitan compartir contenidos
- Opción de marcar “para regalo”

Como elementos que se pueden incluir o no caso a caso opcionalmente en la visualización de un producto:

- Miniatura de otras imágenes
- Unidades que quedan en stock
- Si el producto es Novedad
- Si el producto está en oferta y en este caso opcionalmente precio anterior y porcentaje de descuento o la fecha hasta la que está vigente la oferta.
- Etiquetas/tags asociados a este producto
- Productos relacionados/similares (mostrará versión compacta de producto con imagen y nombre): hasta 4 inicialmente y si hubiera más con botón “ver más productos relacionados” que muestre otros cuatro más y así sucesivamente
- Puntuación y comentarios de usuarios
- Botón para añadir a lote o cesta regalo

### **5.5 Servicio de impresión a la carta.**

La nueva tienda online integrará el servicio de Impresión a la carta mediante el cual cualquier usuario puede elegir entre una amplia selección de imágenes del museo de sus exposiciones temporales para que le sea impresa en impresión digital de alta calidad, en papel o lienzo y eligiendo entre diferentes tamaños o la posibilidad de enmarcado.

La presentación de este servicio requerirá de una subhome con una imagen y texto superior que explique el funcionamiento y características de este servicio.

Será necesario el desarrollo de los procesos e interfaces necesarios para el intercambio de datos e integración invisible para el usuario final entre el sistema del proveedor del servicio de Impresión a la carta y la tienda online. Esta integración deberá permitir que el usuario final pueda elegir en la tienda online cualquiera de las imágenes que se ofrecen en este servicio y el tamaño, material y acabado de entre los disponibles para cada imagen y añadir a su carrito y completar la compra en la tienda online tanto si se piden sólo 1 o más productos de Impresión a la carta o se combinan con otros productos de la tienda online. Se debe visualizar la información asociada a cada imagen (imagen, título, autor, fecha, tags, descripción, zoom), su disponibilidad en cuanto a tamaños, materiales, opciones de enmarcado y precios de envío (que serán proporcionados por la empresa proveedora del servicio de Impresión a la carta) y una previsualización del producto terminado. Asimismo una vez confirmado y pagado un pedido que incluya una imagen de Impresión a la carta la Tienda online debe remitir al sistema de gestión de pedidos de la empresa proveedora del servicio de Impresión a la carta la información de los productos de impresión a la carta del pedido para su preparación.

El intercambio de datos en estos flujos y procesos se realizará con el intercambio de archivos CSV mediante protocolo FTP a través de procesos offline una vez al día. La Tienda online deberá procesar los ficheros de actualización de la base de

datos de imágenes, productos y precios diariamente y generar un archivo diario con la información de los pedidos realizados dejándolo en el directorio FTP especificado.

La empresa proveedora del servicio de Impresión a la carta suministrará un documento detallado con las instrucciones para dicha integración.

## **5.6 Carrito y páginas de proceso de compra**

El carrito debe mostrar los productos incluidos por el usuario hasta el momento línea a línea con los siguientes elementos fijos:

- Imagen miniatura, nombre, precio, desplegable para incrementar la cantidad de unidades, botón para borrar, opción “Es regalo” con enlace para desplegable “más información”. El contenido de este desplegable debe ser configurable desde el backend.

Y como elementos opcionales:

- Unidades que quedan en stock (configurable para que aparezca si son menos de X), precio amigo, oferta y fecha en que acaba la oferta si es que tiene un plazo fijado.

El contenido del carrito se debe conservar durante el plazo que se marque en el backend mediante cookies en el caso de los usuarios no registrados haciendo las veces de wishlist y facilitando la compra de segundas visitas.

Bajo los productos debe presentarse el subtotal en euros con indicación de número de artículos que debe actualizarse al cambiar cantidades o borrar productos.

A la derecha del bloque central del carrito con sus contenidos debe presentarse un bloque con los siguientes elementos:

- Subtotal
- Número de artículos
- Checkbox para marcar todo el pedido como regalo (de tal manera que quedan marcados como regalo en el bloque principal cada artículo)
- Cálculo de gastos de envío y fecha estimada de entrega o si el usuario ya ha introducido destino se debe mostrar: importe de los gastos de envío, fecha estimada de entrega y Total con gastos de envío incluidos
- Botón de confirmación de la compra
- Módulo para introducción de cupones/códigos regalo/descuento
- Icono o texto indicativo de las formas de pago que se aceptan: Tarjetas de crédito y Paypal

Una vez pulsado el botón de confirmación en el carrito entramos en el proceso de confirmación de pedido con los siguientes pasos y características (en estas páginas desaparece pie y cabecera):

- Identificación: Introducir e-mail (y contraseña si se es usuario registrado) y aceptar condiciones de venta. Posibilidad de registro con cuenta Google, Twitter o Facebook.

- Para clientes no registrados: Página en la que se pide contraseña (con doble campo para comprobación de que es idéntica ambas veces) y botón para crear cuenta de usuario y se muestra también botón de “Continuar sin registrarse”
- Selección de dirección de envío:
  - En el caso de usuarios registrados Confirmar o elegir si se tienen varias direcciones asociadas al usuario o si se quiere registrar una nueva dirección y persona de envío se despliega un formulario para cumplimentar los datos de dirección. Checkbox de confirmación si es la misma dirección de facturación. Si se marca se despliega un formulario para cumplimentar los datos de facturación y NIF/CIF. Se debe presentar checkbox para la opción de recogida en tienda.
  - En el caso de usuarios no registrados: se muestra un formulario para cumplimentar los datos de dirección. Checkbox de confirmación si es la misma dirección de facturación. Si se marca se despliega un formulario para cumplimentar los datos de facturación y NIF/CIF. Se debe presentar checkbox para la opción de recogida en tienda.

A la derecha en ambos casos se presenta un resumen de nº de artículos, subtotal, gastos de envío (que se actualizan según la dirección), descuentos aplicados y total incluyendo también opción de “Modificar pedido” que lleva al usuario de nuevo al carrito.

Y abajo: Botón de “Continuar”

- Forma de pago: Se debe ofrecer rellenar datos tarjeta o Paypal y de nuevo, por si no se ha hecho antes, casilla para introducir cupón de descuento/regalo. A la derecha se presenta un resumen detallando nombre y precio de los artículos, subtotal, gastos de envío y dirección (con opción de “Modificar dirección” que lleva a la página anterior), descuentos aplicados y total incluyendo también opción de “Modificar pedido” que lleva al usuario de nuevo al carrito.

Y abajo: Botón de “Finalizar compra”

- Confirmación de pedido: Si el pago se ha realizado correctamente página informando y botón para vuelta a tienda.

## 5.7 Área privada

Los usuarios registrados deben tener acceso a una página a modo de área privada con los siguientes elementos y funcionalidades:

- Gestión y tracking de pedidos en curso (link a proveedor logística)
- Histórico de pedidos para consulta
- Modificación de datos personales
- Múltiples direcciones de envío

- Acceso a otras áreas privadas de la/s web/s del Museo
- Información sobre promociones aplicables al usuario

## 5.8 Sistema de envío de e-mails

Al realizarse cada pedido el sistema enviará de manera automatizada e-mails de confirmación al cliente a partir de una plantilla configurable (por idiomas según el idioma usado por el cliente en el momento de confirmar el pedido). Igualmente se podrá automatizar el envío de e-mails para otros estados del pedido: Cancelado, pendiente de pago o cuando finalmente sea enviado. Cada uno de estos e-mails podrán ser configurables en los criterios para activar o desactivar su envío y partirán de plantillas editables en wysiwyg y html y con la opción de añadir destinatarios en copia oculta. Bien en el e-mail de confirmación si fuese el único que se manda o en el de confirmación del envío se podrá integrar un enlace para el seguimiento del envío en la página web de la empresa o empresas de envíos contratadas. Podrán contratarse diferentes empresas para envíos nacionales e internacionales y será el adjudicatario quien tenga que realizar la integración con dicha empresa o empresas para este sistema de seguimientos. Si se ofertan plataformas de uso común para las cuales las empresas de transporte contratadas ofrecen módulos ya preparados para esta funcionalidad se deberán instalar los módulos disponibles. Caso contrario se deberá realizar mediante un desarrollo a medida.

## 5.9 Backoffice y gestor de contenidos (CMS)

El site contará con un backoffice de administración que ofrezca todas las funcionalidades necesarias para gestionar el catálogo de productos, pedidos, usuarios, categorías, promociones y descuentos, tarifa de gastos de envío o informes. Ese mismo sistema u otro complementario debe permitir la gestión de todos los aspectos de la Tienda online que anteriormente se han descrito como configurables. Este sistema debe asimismo poder dar acceso la información que se genera con su uso en forma de transacciones, registros, logins, etc.

El Backoffice de administración de Tienda online debe ofrecer las siguientes funcionalidades:

- **Gestión de catálogo de productos:** Permitirá definir al menos los siguientes campos para cada producto: Nombre, descripción, código del producto, peso, URL, Novedad de fecha x a fecha y, Oferta sí o no y precio anterior+precio nuevo o descuento, precios o descuentos por usuarios o grupos de usuarios, tipo de IVA, visible sí o no, visible para búsqueda o no, visible como producto simple sí o no, atributos visibles o no (talla, color, graduación y otros que se puedan definir) y sus valores si es de aplicación, obra, artista, imágenes (con opción de marcar de entre las distintas imágenes cual es la principal para ficha de producto, cual para vista reducida, etc...), stock, nº de uds. por debajo del cual no se muestra como disponible, cantidad máxima a añadir a carrito, mostrar texto “Quedan XX unidades” o no y según bajo que nº de unidades se muestra, categorías y subcategorías asociadas, etiquetas, gestión para moderación de puntuaciones y comentarios de

los usuarios, gestión de productos relacionados/similares mediante búsqueda y mediante criterios de filtrado.

Los campos de Nombre, descripción, URL, artista, etiquetas y visible sí o no se deben poder configurar separadamente para el segundo idioma.

Debe poderse exportar y automatizar actualización del catálogo a otras plataformas de venta como Google Shopping o Amazon.

- **Productos configurables:** Deben poder crearse como la suma de varios productos simples como en el caso de camisetas, gafas de leer u otros en los que para un mismo producto haya atributos a elegir. Para la creación de productos de este tipo deben poderse fijar el o los atributos que se mostrarán al usuario, los productos simples asociados y el resto de campos de un producto simple.
- **Gestión de atributos:** Deben poderse crear atributos fijando en los posibles valores para cada atributo. Una vez creados estos atributos son campos a los que se puede asignar visibilidad y valor en la ficha de cada producto.
- **Gestión de categorías:** Se podrán crear categorías y para cada categoría subcategorías y hasta un máximo de 2 niveles. Desde el gestor de cada categoría o subcategoría se podrá definir si es visible o no por idioma o grupos de usuarios, incluir productos y ordenar los productos para su visualización, definir título (visible o no), imagen de cabecera (visible o no), imagen miniatura para bloques cuyos elementos sean categorías y texto descriptivo (visible o no)
- **Gestión de usuarios Backoffice:** Creación de varios usuarios y configuración de permisos flexible para cada usuario.
- **Gestión de usuarios tienda:** Acceso a historial de pedidos, carritos abandonados, datos completos de usuario, tracking de pedidos, asignación a uno o más grupos de usuarios, suscripción a envíos por e-mail sí/no, idioma. Exportación de datos de suscriptores.
- **Gestión de grupos de usuarios:** Posibilidad de añadir o quitar usuarios a distintos grupos, asignar distintas tarifas de precio por grupos.
- **Gestión de tipos de IVA:** dar de alta y baja, indicar su aplicación o no por país, región o grupo de usuarios.
- **Gestión de ofertas, promociones y códigos de regalo y descuento:** Configurable por productos, grupos de productos, categorías o condiciones de carrito. Definibles requisitos por múltiples criterios mediante arboles lógicos: por subtotal, total, país o región, categoría o subcategoría, rango de fechas, grupo de usuarios. Una vez definidos los criterios separadamente se podrán generar códigos de descuento o regalo con indicación de número máximo de usos por usuario y total, descuentos aplicables automáticamente para los criterios definidos o

gastos de envío gratis. Este sistema permitirá activar y desactivar las promociones creadas y visualizar el uso que han tenido por parte de los usuarios.

- **Gestión de pedidos:** Permitirá modificar los pedidos, cambiar su estado (procesando, en espera de pago, cancelado o completo), buscar por rango de fechas, usuario, destinatario, número, importe...
- **Gestión de e-mails automáticos:** Definir el texto y diseño (con editor html) por idioma y contenido dinámico a incluir en e-mails que el sistema debe enviar a los usuarios que han completado un pedido o cuando su pedido ha pasado de Procesando a Cancelado o de Procesando a Completo o para cambio de contraseña o verificación. Gestión de datos de cuenta de e-mail desde la que mandarse y la información necesaria para que el sistema use dicha dirección y opción de incluir dirección adicional en copia o copia oculta.
- **Generación de informes:** Ventas por fechas, grupos de usuarios, usuarios, categorías, subcategorías, país/es o región/es o una combinación de estos criterios. Informes de carritos abandonados, de productos más vistos o vendidos, informe de terminus de búsqueda.
- **Gestión de tarifas de envío:** Funcionalidad de actualización mediante importación de archivo Excel a partir de plantilla u otro sistema que no requiera intervención de desarrolladores ni conocimientos técnicos expertos.
- **Otras funcionalidades:** Posibilidad de reescribir las URLs, exportación de catálogo, usuarios, imágenes, pedidos...

El CMS deberá ofrecer las siguientes funcionalidades para poder editar los textos e imágenes (con opción wysiwyg y html) los siguientes elementos:

- Slider: Con opción de contenidos diferenciados por grupos usuarios
- Páginas estáticas
- Textos proceso confirmación de pedido
- Textos botones
- Textos pie de página
- Textos área privada
- Elementos desplegados (categorías, carrito...)
- Subhome Impresión a la carta
- Gestión de bloques para home: Configuración por árbol lógico de criterios múltiples para la selección de elementos que lo componen, título, imagen, modo de visualización de los elementos, nº de elementos a visualizar, opción de “Ver más” sí o no, orden diferenciado para home móvil. Con opción de configuración de bloques home diferenciados por grupos usuarios.

- Pop-up suscripción
- Gestión de URLs
- Gestión de iconos y URLs de perfiles en RRSS
- Elementos pie de página
- Cuadros promociones en home bajo el slider
- Gestión de módulos: Administración de módulos propios o de terceros que personalicen y amplíen la funcionalidad del site
- Gestión de conexiones (SSO): Registro y administración de las conexiones a través de un sistema SSO.
- Gestión de accesos API: Gestión de los usuarios autorizados para acceder a los contenidos del site a través de la API, gestión y control de las peticiones realizadas por usuario.

### **5.10 API**

La nueva tienda online ofrecerá la posibilidad de acceder a sus contenidos mediante un interfaz de programación de aplicaciones (API). El acceso a los servicios ofrecidos por este API estará restringido a usuarios registrados y se podrá controlar el número de consultas en función del tiempo con objeto de limitar su uso.

En la primera versión la API, incluida en el alcance de este proyecto, dará acceso a registros de las siguientes entidades:

- Productos
- Pedidos
- Clientes
- Categorías

La API ofrecerá de un sistema de registro que permita la gestión de los usuarios registrados desde el backoffice.

La API permitirá recuperar registros estableciendo filtros múltiples

## **6 ARQUITECTURA TECNOLÓGICA**

A continuación se especifican los aspectos tecnológicos con los que deberá cumplir la nueva tienda online

### **6.1 Hosting**

El Museo suministrará al adjudicatario una plataforma informática basada en: Linux, Nginx y Mysql. Sobre esta plataforma se establecerán tres entornos: producción, desarrollo y preproducción.

La gestión de versiones entre los tres entornos se realizará con un sistema de versionado GIT, también suministrado por el Museo.

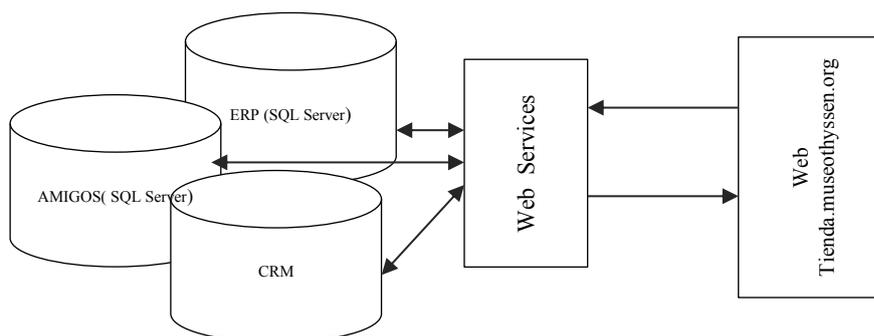
Si el adjudicatario considerara que el entorno propuesto fuera insuficiente para el desarrollo y explotación del nuevo sitio, deberá indicarlo en su propuesta junto con una descripción del entorno que considerara más adecuado.

## 6.2 Bases de datos

La base de datos sobre la que se desarrollará y ejecutará el nuevo web será MySQL o SQL Server. Si el adjudicatario considerara que el software de base de datos o su versión fuera insuficiente el desarrollo y explotación del nuevo sitio, deberá indicarlo en su propuesta junto con el software de base de datos que considerara más adecuado.

## 6.3 Integración con sistemas corporativos

El nuevo site ofrecerá funcionalidades que deberán integrarse con los aplicaciones informáticas corporativas. Esta integración se realizará mediante procedimientos almacenados (MS SQL SERVER) y servicios web que llamarán dichos procedimientos. El adjudicatario con el apoyo del área de tecnología del Museo deberá realizar el desarrollo tanto de los procedimientos como de los servicios web.



Básicamente la capa de servicios web permitirá:

- **Presentar:** Visualizar en el nuevo sitio datos recuperados de las bases de datos de las aplicaciones corporativas.
- **Registrar:** Grabar datos, recogidos en el nuevo site, en las bases de datos MS SQL Server de las aplicaciones corporativas.

### 6.3.1 ERP

El Museo cuenta con una aplicación para la gestión administrativa y financiera (ERP), Microsoft Dynamics NAV 2009 R2, versión ES 4.0 SP1, que cuenta con una base de datos Microsoft SQL Server. Para el intercambio de datos con este sistema será necesario el desarrollo de servicios web. No se contempla la ejecución de funcionalidades Navision desde estos servicios web.

Los servicios webs permitirán recuperar y grabar información en las siguientes entidades:

- Productos
- Pedidos
- Facturas

- Clientes

### **6.3.2 Tarjeta Amiga**

El Museo cuenta con una aplicación desarrollada a medida bajo Microsoft Business Solution Navision integrada con el ERP y que gestiona las altas, bajas y actividades de los Amigos del Museo mediante una tarjeta plástica y controles de acceso que permiten trazar los movimientos de los Amigos.

Los servicios web permitirán recuperar información de las siguientes entidades:

- Contactos
- Tarjetas

### **6.3.3 Automatización de marketing**

El Museo implementará como parte de su proyecto digital una solución de automatización de marketing con la que se deberá integrar la nueva tienda online. Actualmente se está trabajando en la identificación de la mejor herramienta, se espera realizar la selección antes del 1 de enero de 2015.

Independientemente de la herramienta que se seleccione, la integración con el nuevo site exigirá:

- Espacios en los que integrar formularios
- Espacios en los que integrar descarga de contenidos
- Espacio de registro en boletines
- Banners
- Landing pages
- Interstitials

Todos estos elementos serán ofrecidos por la herramienta de automatización y serán incluidos en el nuevo site mediante embebed o técnicas análogas.

## **6.4 Integración con sistemas de pago**

Se deberá realizar la integración con la pasarela de pago contratada (Redsys) para el cobro con tarjeta de crédito y la integración para cobro con Paypal.

## **6.5 Backup**

El adjudicatario deberá especificar un plan de backup que permita asegurar la información de la Tienda online, incluyendo la información contenida tanto en base de datos como en ficheros, de manera que se pueda restaurar completamente la tienda de la manera más rápida posible en caso de una pérdida total de información.

## 6.6 Cookies

El site permitirá la gestión de cookies con objeto de identificar a los nuevos usuarios y las preferencias de los usuarios habituales. Entre otras, el sitio hará uso de:

- **Autenticación de usuario:** Identificación del usuario que ya haya realizado login en la tienda o en otro sitio web del Museo.
- **Variables de Sesión:** Información sobre el comportamiento del usuario con persistencia entre sesiones diferentes.

## 7 FASES DEL PROYECTO

El proyecto estará organizado en las siguientes fases. El adjudicatario deberá proponer un cronograma que regirá el proyecto y establecerá fecha de puesta en explotación de la nueva tienda online que será establecida como fecha límite en el contrato.

- **Validación:** Validación de toda la documentación y recursos que serán entregados por el Museo para el desarrollo del proyecto.
- **Despliegue de entornos:** Despliegue de los servidores y sistema de subversión para el desarrollo del proyecto. Se establecerán tres entornos: desarrollo, preproducción y producción. Esta tarea será realizada por el área de tecnología del Museo.
- **Análisis:** Análisis junto con el equipo que designe el Museo del desarrollo a realizar a partir de los diseños y wireframes entregados. En esta fase se deberán detallar la integración con los sistemas corporativos, en especial la integración de los canales de amigos y eventos de empresas con el ERP Microsoft Business Solution Navision.
- **Desarrollo:** Desarrollo de todos los elementos de la nueva tienda online (frontend, backend, API, elementos de integración con sistemas corporativos).
- **Pruebas:** Pruebas del nuevo site con una precarga limitada de datos.
- **Migración:** Migración de los datos
- **Textos e imágenes:** Carga de textos e imágenes definitivas en dos idiomas.
- **Puesta en explotación:** Publicación del nuevo site.
- **Mantenimiento:** 12 meses de mantenimiento perfectivo y evolutivo.

## 8 PLAZOS

El adjudicatario deberá presentar un cronograma pormenorizado del proyecto indicado: fases, hitos y entregables.

El plazo máximo para la puesta en producción de la nueva tienda online es de 4 meses contados a partir de la fecha de inicio del proyecto recogida en la firma del contrato.

El seguimiento del proyecto se realizará con una herramienta de gestión de proyectos online como Wrike con la que el Museo actualmente gestiona sus proyectos tecnológicos.

## **9 DOCUMENTACIÓN**

Se elaborará y entregará documentación técnica y funcional del nuevo sitio con el siguiente contenido mínimo:

- Manual de usuario.
- Manual de maquetación y programación.
- Manual de administración de contenidos.
- Manual de administración técnica.

El adjudicatario deberá especificar en su propuesta el alcance y contenido de la documentación que entregará al finalizar el proyecto.

## **10 FORMACIÓN**

Se realizará un ciclo formativo, dirigido al personal asociado a la gestión y administración web, que asegure al Museo la autonomía en la gestión diaria del nuevo sitio.

- Formación de administración del Backoffice y CMS
- Formación de gestión de catálogo
- Formación de gestión de pedidos
- Formación técnica

El adjudicatario deberá especificar en su propuesta el alcance y duración de la formación propuesta.

## **11 SOPORTE**

El adjudicatario deberá incluir como parte del proyecto una bolsa de horas para soporte telefónico y remoto experto para el soporte en el uso del backoffice y CMS en los siguientes 12 meses tras la firma del acta de recepción de la tienda online.

## **12 MANTENIMIENTO**

El adjudicatario deberá incluir como parte del proyecto una bolsa de horas para acometer tareas de mantenimiento perfectivo y evolutivo en los siguientes 12 meses tras la firma del acta de recepción de la tienda online. La bolsa de horas deberá cubrir como mínimo los siguientes perfiles/horas.

**Perfil profesional**

**Horas mensuales**

Jefe de proyecto	4
Analista	8
Desarrollador, maquetador, diseñador	16

### **13 GARANTÍA**

El adjudicatario deberá garantizar el perfecto funcionamiento de la nueva tienda online desarrollada durante un plazo mínimo de 12 meses a contar desde la fecha de firma del acta de recepción. Cualquier corrección o modificación necesaria para subsanar errores o funcionamientos incompletos deberán ser realizadas sin coste alguno para el Museo.