

**PLIEGO DE CONDICIONES BÁSICAS PARA LA CONTRATACIÓN  
DEL DESARROLLO DE LOS SITIOS WEB MUSEOTHYSSEN.ORG Y  
EDUCATHYSSEN.ORG DE LA FUNDACIÓN COLECCIÓN THYSSEN-  
BORNEMISZA**

## CONDICIONES BÁSICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL DESARROLLO DE LOS SITIOS WEB MUSEOTHYSSEN.ORG Y EDUCATHYSSEN.ORG 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 de los sitios web museothyssen.org y educathyssen.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.<sup>a</sup> María Luisa Fernández Ponce), c/ Marqués de Cubas 21, 28014 Madrid, **antes de las 12:00 horas del día 5 de octubre 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 DE LOS SITIOS WEB MUSEOTHYSSEN.ORG Y EDUCATHYSSEN.ORG 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 30 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.):
  - 17 de septiembre de 10:00 a 13:00.
  - 24 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](mailto: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 30 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. Enumeración de las capacidades del front office y del back office.
- iii. Modelo de integración con sistemas corporativos.
- iv. Modelo de SSO propuesto.
- v. Metodología de trabajo y equipo humano que desarrollará cada sitio web indicando su experiencia y certificaciones en la tecnología propuesta.
- vi. Cronograma detallado e individualizado para cada sitio web.

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 total del proyecto es de CIENTO OCHENTA MIL (180.000) EUROS, más el IVA correspondiente.

Este importe máximo de licitación será aplicado al desarrollo de los dos sitios web de la siguiente forma:

- El presupuesto máximo del proyecto para el desarrollo del sitio web Museothyssen.org es de CIENTO TREINTA Y CINCO MIL (135.000) EUROS, más el IVA correspondiente.
- El presupuesto máximo del proyecto para el desarrollo del sitio web Educathyssen.org 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 máximo que indique la Fundación.

- 4.3. Presentadas las ofertas en tiempo y forma y, en su caso, subsanados los defectos de la documentación presentada, el día 8 de octubre de 2015, a las 12:00 horas, la Fundación procederá en acto público a la apertura de las ofertas admitidas (sobre 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.
  - 20 puntos a las características del back office de la plataforma tecnológica propuesta y su gestor de contenidos.
  - 15 puntos a las características del front office 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 los sitios web [museothyssen.org](http://museothyssen.org) y [educathyssen.org](http://educathyssen.org) (el “Proyecto”).

Las características del Proyecto son las siguientes:

- El contrato tendrá una duración máxima de 12 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:

### **Facturación de Museothyssen.org**

El importe de desarrollo del sitio Museothyssen.org recogido en el Anexo II, se abonará de la siguiente forma:

- 20% a la firma del contrato.
- 30% tras la puesta en explotación de una versión 100% operativa del sitio (programación, diseño y textos).
- 30 % tras la migración de contenidos, formación, publicación del nuevo sitio, validación del nivel de accesibilidad AA y firma del acta de recepción.
- 20% dos meses tras la firma del acta de recepción del sitio web.

### **Facturación de Educathyssen.org**

El importe de desarrollo del sitio Educathyssen.org recogido en el Anexo II, se abonará de la siguiente forma:

- 20% a la firma del contrato.
- 30% tras la puesta en explotación de una versión 100% operativa del sitio (programación, diseño y textos).
- 30 % tras la migración de contenidos, formación, publicación del nuevo sitio, validación del nivel de accesibilidad AA y firma del acta de recepción.
- 20% dos meses tras la firma del acta de recepción del sitio web.

- 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. Subsanado 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 de los sitios web museothyssen.org y educathyssen.org 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 DEL SITIO MUSEOTHYSSEN.ORG (SIN IVA)**

En letra:.....

En número: .....€.

### **B) PRECIO TOTAL DEL SITIO EDUCATHYSSEN.ORG (SIN IVA)**

En letra:.....

En número: .....€.

### **C) PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (A+B) (SIN IVA)**

En letra:.....

En número: .....€.

### **D) PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (A+B) (CON IVA)**

En letra:.....

En número: .....€.

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

**ANEXO III**  
**DESCRIPCIÓN TÉCNICA**  
**DE LOS NUEVOS SITIOS WEB**  
**MUSEOTHYSSEN.ORG**  
**Y EDUCATHYSSEN.ORG**

## CONTENIDO

1	Introducción.....	4
2	Requisitos comunes.....	4
2.1	Alcance del proyecto .....	5
2.2	Idiomas .....	5
2.3	Medición .....	6
2.4	Accesibilidad.....	6
2.5	Lectura automática .....	6
2.6	Search engine optimización (SEO).....	6
2.7	Social media optimization (SMO).....	7
2.8	Fuente .....	7
2.9	Diseño móvil.....	7
2.10	Gestión de usuarios.....	7
2.11	Sistemas de pago .....	8
2.12	Marketing digital .....	8
2.12.1	Páginas landing.....	8
2.12.2	Emails tipo.....	8
2.12.3	Campañas .....	8
2.12.4	Automatización de marketing.....	10
2.13	Atención al cliente .....	11
2.14	LOPD/LSSI.....	11
2.15	CMS.....	12
2.15.1	Panel de Control .....	13
2.16	Repositorio de recursos digitales.....	13
2.17	Buscador .....	14
2.18	Arquitectura tecnológica.....	14
2.18.1	Hosting.....	14
2.18.2	CMS vs desarrollo a medida.....	14
2.18.3	Bases de datos.....	15
3	Requisitos de MuseoThyssen.org.....	15
3.1	Objetivos.....	15
3.2	Material de partida.....	16
3.3	Arquitectura .....	16
3.3.1	Home.....	16
3.3.2	Cabecera de página.....	17
3.3.3	Canales del menú superior .....	17
3.3.4	Canales menú inferior.....	22
3.3.5	Pie de página.....	25
3.3.6	Canales del pie de página.....	25
3.4	API.....	27
3.5	Idiomas .....	27
3.6	Integración con sistemas corporativos.....	27
3.6.1	ERP Microsoft Business Solutions Navision .....	28
3.6.2	Intranet.....	28
3.6.3	Gestión de Colecciones.....	29
3.7	Gestión de usuarios.....	29
3.8	Automatización de marketing (MKTA).....	29
3.9	Integración con otros sitios web.....	29
3.10	Migración de contenidos.....	30
3.11	Fases del proyecto .....	30
3.12	Plazos.....	31
3.13	Documentación.....	31
3.14	Formación .....	31
3.15	Mantenimiento .....	32

3.16	Garantía.....	32
4	Requisitos de Educathyssen.org.....	33
4.1	Objetivos.....	33
4.2	Material de partida.....	34
4.3	Arquitectura .....	34
4.3.1	Home.....	34
4.3.2	Cabecera de página.....	35
4.3.3	Canales o secciones del menú superior.....	35
4.3.4	Canales del menú inferior.....	40
4.3.5	Pie de página.....	41
4.3.6	Canales del pie de página.....	42
4.3.7	Contenidos y funcionalidades.....	42
4.4	Gestor de contenidos (CMS).....	43
4.5	Gestión de usuarios.....	45
4.6	API.....	46
4.7	Idiomas .....	46
4.8	Integración con otros sitios web.....	46
4.9	Migración de contenidos.....	46
4.10	Fases del proyecto .....	47
4.11	Plazos.....	47
4.12	Documentación.....	47
4.13	Formación .....	48
4.14	Mantenimiento .....	48
4.15	Garantía.....	48

## 1 Introducción

El Museo Thyssen-Bornemisza ha desarrollado 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 online y *Ticketing*) y todos sus formatos (web, tableta, móvil,...).

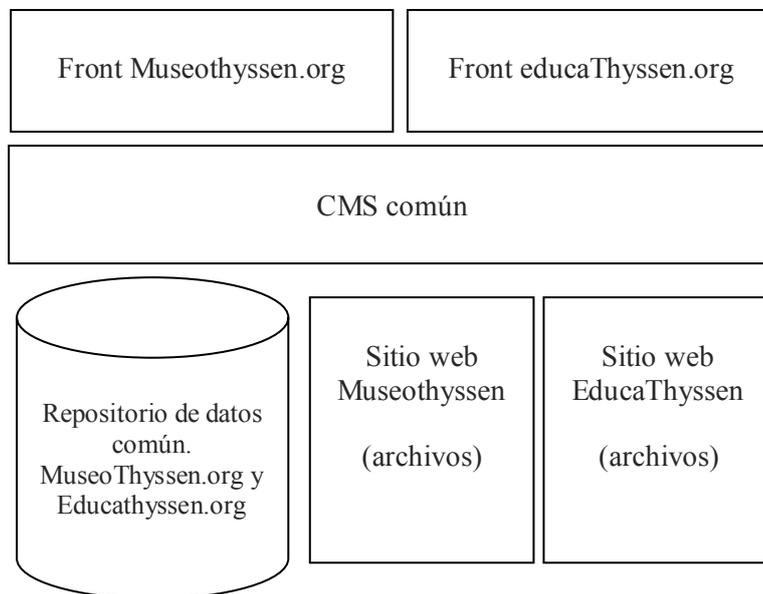
El objetivo de este documento es la identificación de los requerimientos funcionales y técnicos que deberán cumplir el desarrollo de los sitios web principales del Museo, **museothyssen.org** y **educathyssen.org**, para su contratación.

## 2 Requisitos comunes

A continuación se describen los aspectos comunes a los dos sitios web cuyo desarrollo se desea contratar.

El objetivo es el desarrollo de los dos sitios web sobre una misma plataforma tecnológica que facilite la gestión y la creación de sinergias entre contenidos y servicios de ambos sitios.

El siguiente esquema recoge de forma esquemática la idea de plataforma tecnológica común que se desea para ambos sitios.



## 2.1 Alcance del proyecto

El proyecto de desarrollo de cada sitio, Museothyssen.org y Educathyssen.org, 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/o adaptación del software propuesto.
  - **Pruebas:** Pruebas de carga y funcionales del sitio desarrollado.
  - **Publicación:** Puesta en explotación del nuevo sitio web en tres entornos suministrados por el Museo: producción, preproducción y desarrollo.
- **Carga de contenidos:**
  - **Migración de contenidos:** Datos, textos, imágenes, micrositos y archivos multimedia del sitio web actual.
  - **Textos e imágenes:** Carga de textos e imágenes suministrados por el Museo.
- **Formación:** Formación de personal del Museo en la gestión y administración del nuevo sitio.
  - Creación de video tutoriales de usuario de los sitios web y sus herramientas de participación, registro, elaboración y subida de contenidos.
- **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.

## 2.2 Idiomas

La solución propuesta deberá ser multilingüe permitiendo la incorporación de nuevos idiomas de los sitios web o de ciertos canales en un futuro.

Todas las páginas y canales del nuevo sitio web serán bilingües (español e inglés). En el canal de Visita se publicará información en otros idiomas aún por definir.

Todas las páginas y canales del nuevo sitio web tienen que tener la posibilidad de ser bilingües (español e inglés). No todos los contenidos estarán publicados en los dos idiomas, pero debe ser administrable el que lo sean.

### 2.3 Medición

El adjudicatario deberá diseñar e implementar en los nuevos sitios 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.
- Un cuadro de mando por canal principal.
- 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.

El adjudicatario deberá proponer un servicio online que permita la creación de mapas de calor de forma sencilla sobre las principales páginas de los sitios web.

### 2.4 Accesibilidad

El desarrollo de ambos sitios deberá cumplir con un nivel de accesibilidad WAGAC 2.0 nivel AA. El adjudicatario emitirá un certificado del nivel de accesibilidad AA tras la realización de las validaciones pertinentes con el fin de poder contar con una declaración de conformidad.

### 2.5 Lectura automática

El desarrollo de ambos sitios integrará el servicio Read Speaker<sup>[1]</sup> que actualmente está operativo en los dos sitios web. Se trata de un sistema alternativo de acceso a los contenidos textuales de la web mediante la lectura en voz alta del texto online de una selección de textos.

### 2.6 Search engine optimización (SEO)

Ambos sitios deberán ser desarrollados 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
- Micrositios de exposiciones
- Micrositios de estudios de restauración

---

<sup>1</sup> <http://www.readspeaker.com/es/>

- Micrositios de prensa
- Recursos educativos

## 2.7 Social media optimization (SMO)

Los nuevos sitios web deberán contar con funcionalidades específicas que permitan integrarlos como elementos centrales de la estrategia en RRSS del Museo. Las siguientes funcionalidades serán imprescindibles:

- Login social.
- Componentes para visualización de conversaciones sociales.
- Comentarios.
- Compartir.
- Seguimiento integrado de estadísticas.
- Posibilidad de automatización de publicación en redes sociales de nuevas publicaciones en la Web.

## 2.8 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.

## 2.9 Diseño móvil

Los sitios serán desarrollados 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.

Los sitios ofrecerán dos visualizaciones: desktop/tableta 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.

## 2.10 Gestión de usuarios

Los nuevos sitios dispondrán de un servicio Single Sign On/Lightweight Directory Access Protocol (SSO/LDAP) que permita la gestión centralizada de usuarios tanto del sitio web Museothyssen.org como del resto de sitios que conforman la presencia digital del Museo: Educathyssen.org, entradas y tienda online.

El servicio SSO deberá permitir el registro y login mediante:

- Sistema propio: Basado en correo electrónico y clave.
- Login social: Google+, Twitter, Facebook, LinkedIn.

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

## 2.11 Sistemas de pago

Los nuevos sitios dispondrán de los siguientes sistemas de pago a los que se podrá llamar desde diferentes canales para la realización de transacciones (compra de una tarjeta amigo, renovación).

- Pago por tarjeta Redsys: Visa, MasterCard, 4B, American Express, JCB, China Union Pay, Diners Club.
- PayPal.
- Alipay.
- Domiciliación bancaria.

Todos los pagos que se realicen a través de la(s) pasarelas de pago del nuevo sitio quedarán registradas y su administración estará limitada a un perfil de usuario específico.

## 2.12 Marketing digital

Como parte de la estrategia de marketing del Museo se desea dotar a los nuevos sitios de funcionalidades básicas para el desarrollo de campañas online basadas en: emails, formularios y landing pages.

Las siguientes funcionalidades podrán ser desarrolladas como módulos de los nuevos sitios o mediante la integración de servicios online externos. Si se optara por la integración de servicios externos, el adjudicatario deberá identificarlos, describirlos e incluir el coste anual del servicio del que se haría cargo el Museo.

### 2.12.1 Páginas landing

Los nuevos sitios deberá permitir la creación de páginas independientes que puedan ser utilizadas como destino de acciones especiales de difusión o de marketing. La creación de estas páginas se realizará mediante un editor WYSIWYG.

### 2.12.2 Emails tipo

Los nuevos sitios deberá permitir la creación de cuerpos de email independientes que puedan ser utilizados como destino de acciones especiales de difusión o de marketing. La creación de estos emails se realizará mediante un editor WYSIWYG que asegure una perfecta visualización en las principales aplicaciones de email.

### 2.12.3 Campañas

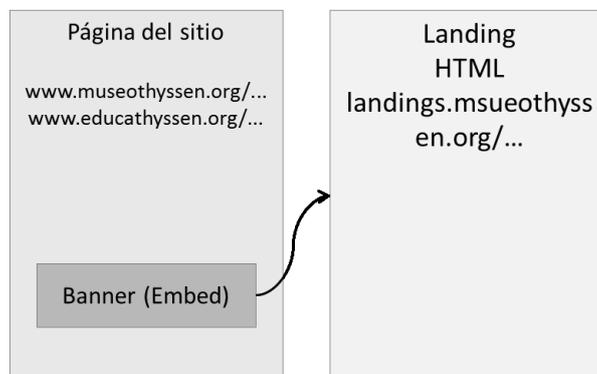
Los nuevos sitios deberán contar un módulo básico con las siguientes funcionalidades para el diseño y ejecución de campañas de marketing digital sencillas dirigidas a la captación de leads:

- **Crear campañas:** Registro de una campaña con la siguiente información y contenidos.
  - Nombre
  - Código único de campaña
  - Descripción de la campaña

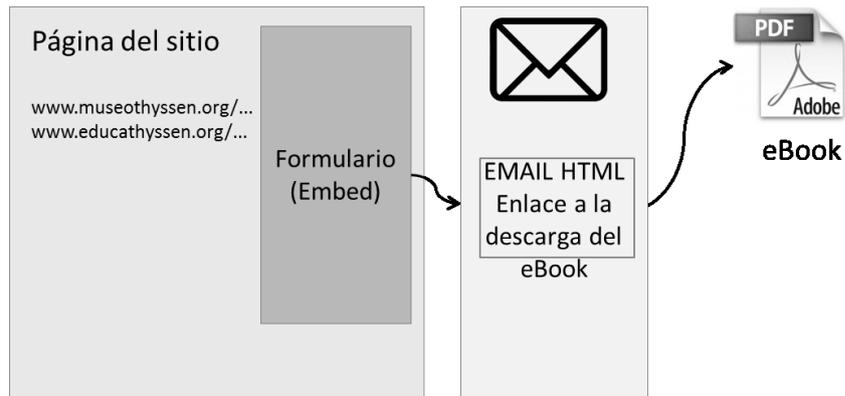
- Formulario: Identificación de los campos que contendrá el formulario de recogida de datos si lo tuviera.
  - Pdf: Fichero PDF con el ebook para su descarga si lo tuviera.
  - Banner: Imagen que será utilizada como enlace. El enlace asociado al banner se generará de forma automática con los parámetros necesarios para su correcto seguimiento.
  - Landing <sup>[2.12.1]</sup>: Identificación de la página landing de la campaña si la tuviera.
  - Email tipo <sup>[2.12.2]</sup>: Identificación del email tipo de la campaña si lo tuviera.
  - Tipo de campaña: Cada campaña será de un tipo que determinará su funcionamiento.
  - Fecha de activación/desactivación
  - Código: Código HTML que se utilizará para embeber la campaña en el canal/página que se desee.
- **Realizar un seguimiento de las campañas:** La actividad de los usuarios con los diferentes elementos de la campaña deberán quedar registrados de forma que se pueda consultar información como:
- Clicks en banner
  - Accesos a landing
  - Formularios completos enviados
  - Emails enviados
  - Ebooks descargados

Las tipologías de las campañas son las siguientes:

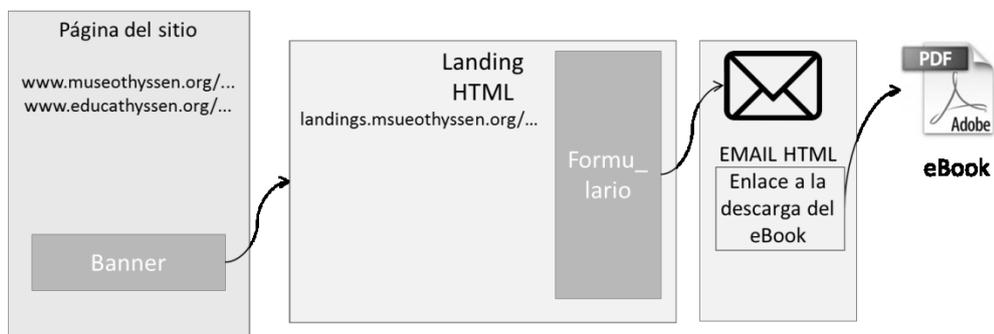
- **Banner + Landing:** Campaña basada en un banner que dirige al usuario a una página informativa. En banner se incorporará a una de las páginas de los sitios mediante código embebido.



- **Formulario + ebook:** Campaña basada en un formulario que envía un email con un enlace que permite la descarga del ebook. El formulario se incorporará a una de las páginas de los sitios mediante código embebido.



- **Banner + Landing + ebook:** Campaña basada en un banner que dirige al usuario a una página informativa que incluye un formulario que envía un email con un enlace que permite la descarga del ebook. El banner se incorporará a una de las páginas de los sitios mediante código embebido.



#### 2.12.4 Automatización de marketing

En un futuro, el Museo implementará como parte de su proyecto digital una solución de automatización de marketing con la que se deberá integrar los nuevos sitios. Actualmente se está trabajando en la identificación de la herramienta de automatización que mejor se adecue a las necesidades del Museo.

Independientemente de la herramienta que se seleccione, la integración futura con los nuevos sitios exigirá que los nuevos sitios permitan incorporar:

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

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

### 2.13 Atención al cliente

Actualmente el Museo está utilizando el servicio de soporte online para gestión de incidencias integrado en su web de venta de entradas. Los nuevos sitios deberán integrar un servicio similar con las siguientes funcionalidades:

- Pestaña y formulario de atención.
- Chat online.
- Backoffice de gestión de incidencias
  - Gestión de agentes
  - Escalado de incidencias
  - Etiquetado de incidencias
  - Informes
  - Respuestas tipo
- Preguntas frecuentes.
- Tramitación de incidencias por email.

El software con el que actualmente se está prestando este servicio de asistencia es Freshdesk<sup>[2]</sup>. El adjudicatario deberá proponer un el servicio que considere más se adecua a las necesidades del Museo indicando su coste anual que correría a cargo del Museo.

### 2.14 LOPD/LSSI

El nuevo sitio web deberá cumplir con la normativa legal vigente relativa a:

- Almacenamiento y tratamiento de la información de carácter personal (LOPD)
- Servicios de la sociedad de la información y de la contratación por vía electrónica (LSSI)

El adjudicatario como parte del proyecto deberá:

- Identificar los almacenes/ficheros con datos de carácter personal y su nivel de protección para su registro por parte del Museo.
- Identificar las cookies utilizadas y su finalidad.
- Establecer las medidas de seguridad necesarias en el código desarrollado.
- Indicar las medidas de seguridad externas al sitio para su implementación por parte del Museo.
- Incluir textos legales en los apartados del nuevo sitio que sean necesarios.

---

<sup>2</sup> <http://freshdesk.es/>

## 2.15 CMS

Ambos sitios web contará con un CMS común que permita la gestión independiente de cada sitio a la vez que establecer relaciones entre sus contenidos. Este gestor de contenidos ofrecerá todas las funcionalidades necesarias para gestionar los contenidos que ofrece así como la información que se genera con su uso en forma de transacciones, registros, login, etc.

Entre las funcionalidades que deberá ofrecer este gestor se identifican las siguientes por su importancia:

- Gestión de usuarios y administración descentralizada de contenidos. El CMS deberá permitir la gestión de perfiles de usuarios con distintos privilegios en función de los canales y roles (redactor, editor y publicador y administrador)
- Deberá soportar usuarios concurrentes en los mismos canales sin afectar al rendimiento.
- Interfaz amigable para facilitar la curva de aprendizaje de los usuarios
- *Workflow*: El CMS deberá permitir la definición de flujos de trabajo para la creación de contenidos y su posterior publicación tras un proceso de autorización.
- Publicación programada: Publicación y retirada automática de contenidos
- Creación de canales y páginas basadas en plantillas.
- Gestión de bloques y menús y elementos de navegación.
- Gestión de metadatos y URLs.
- Administración de plantillas: Creación y modificación de plantillas de visualización que permitan modificar y ampliar la visualización del sitio.
- Gestión de módulos: Administración de módulos propios o de terceros que personalicen y amplíen la funcionalidad del sitio.
- Gestión de conexiones (SSO): Registro y administración de las conexiones a través de un sistema SSO.
- Gestión de datos (no páginas): etiquetado
  - Exposiciones
  - Actividades
  - Obras
  - Autores
  - Contenidos relacionados
  - Proyectos
  - Recursos educativos
  - Etc.
- Gestión de accesos API: Gestión de los usuarios autorizados para acceder a los contenidos del sitio a través de la API, gestión y control de las peticiones realizadas por usuario.

- Gestión de usuarios y registrados.
- Gestión integrada de redes Sociales.
- Se valorará la extensión en el mercado de la herramienta propuesta y del lenguaje de programación así como la flexibilidad, escalabilidad y modularidad de secciones y funciones para responder a la evolución en la arquitectura de la web y la disposición de sus contenidos.

### 2.15.1 Panel de Control

Cada sitio web deberá disponer de un acceso independiente al CMS. La primera información que mostrará dicho CMS será un panel de control con el siguiente contenido/funcionalidad:

- Actividad de las últimas 24 horas en las redes sociales (Twitter, Facebook, Google +): Seguidores, comentarios, referencias, likes, retweets.
- Actividad en las últimas 24 horas en el sitio: Conexiones, comentarios, contenidos subidos.
- Actividad de emailing (herramienta externa accesible por API): Campañas activas, aperturas, rebotes.
- Estadísticas Web (Google Analytics): Visitas, visitas únicas, objetivos, conversiones.
- Accesos directos a las herramientas externas de gestión digital: Google analytics, herramienta de estadísticas en RRSS, Twitter, Facebook, Google +, Pinterest, Youtube, Vimeo, Instagram, emailing, encuestas, etc.

### 2.16 Repositorio de recursos digitales

Ambos sitios contarán con un repositorio central de recursos digitales que estarán relacionados con las principales entidades del sitio: obras, colecciones, exposiciones, autores y actividades.

De forma muy resumida, un recurso digital, se compondría de:

- **Contenedor:** Fichero, URL o código *embed* que contiene o da acceso al. Típicamente el contenedor sería: fichero PDF, fichero imagen, fichero video, URL, código *embed*.
- **Nombre:** Nombre en español e inglés del recurso.
- **Descripción:** Descripción en español e inglés del recurso.
- **Etiquetado:** Etiquetado amplio que permita establecer relaciones entre contenidos y entidades principales.
- **Categorización del recurso.** Etiquetado educativo de los recursos.
- **Entidades relacionadas:** Identificación de las entidades principales con las que se relaciona el recurso. Esta relación deberá estar etiquetada de forma que un mismo recurso pueda estar relacionado con múltiples entidades en diferentes ámbitos.

Las características del repositorio, sus contenidos, relaciones y visualizaciones se ampliarán y detallarán en la fase de análisis del proyecto.

## 2.17 Buscador

Ambos sitios deberán contar con un sistema de búsqueda común que permita establecer patrones de búsqueda complejos basados en:

- Contenidos
- Metadatos
- Etiquetas
- Contenidos relacionados
- Autores
- Categorías

## 2.18 Arquitectura tecnológica

A continuación se especifican los aspectos tecnológicos con los que deberá ambos sitios web, Museothyssen.org y Educathyssen.org

### 2.18.1 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.

### 2.18.2 CMS vs desarrollo a medida

La solución propuesta deberá optar entre los siguientes modelos de proyecto que son excluyentes y se aplicará en el desarrollo de los dos sitios web:

- **Modelo 1:** Solución basada en un la extensión de un CMS existente. En el caso de optar por esta opción el adjudicatario deberá indicar:
  - Software propuesto
  - Versión del software propuesto
  - Costes anuales de licencia si los tuviera
  - Lenguaje de programación
  - Framework de programación
- **Modelo 2:** Solución desarrollada al 100% a medida sobre un *framework* de desarrollo. En el caso de optar por esta opción, el adjudicatario deberá indicar:
  - Lenguaje de programación
  - Framework de programación

- Costes anuales de licencia si los tuviera

### 2.18.3 Bases de datos

La base de datos sobre la que se desarrollará y ejecutará el nuevo web será MYSQL. 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.

## 3 Requisitos de MuseoThyssen.org

El nuevo sitio web Museothyssen.org deberá cubrir los requisitos comunes recogidos en el punto 2 así como los específicos recogidos a continuación.

### 3.1 Objetivos

El nuevo sitio web Museothyssen.org tiene como objetivos primordiales:

- Incrementar el número de visitantes on/off line.
- Incrementar los ingresos on/off line.
- Fidelizar e incrementar el engagement de los visitantes.

El nuevo sitio 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 dos tipos de canales que conformará el nuevo sitio web:

- **Canales de conversión:** Ofrecen contenidos y servicios orientados a cubrir necesidades de empresas (B2B) o visitantes (B2C) y su conversión económica. Esta conversión se podrá producir tanto online como en el Museo. Los canales de conversión son los siguientes:
  - Canal de Eventos Corporativos
  - Canal Colabora
    - Programa de Amigos del Museo
    - Patrocinio
    - *Crowdfunding*
- **Canales de Difusión:** Contenidos orientados a la difusión de las colecciones del Museo, sus exposiciones y sus actividades. Los siguientes son algunos de los canales de difusión:

- Colección
- Exposiciones temporales
- Actividades
- Visita
- Sala de Prensa
- ...

### 3.2 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.

- Documento de estrategia: Documento de estrategia digital en el que se enmarca el nuevo sitio web *Museothyssen.org*.
- *Wireframes*: 60 *wireframes* (móvil y desktop) de todas las páginas a desarrollar en formato PDF.
- Diseño: Diseño final (móvil y desktop) de las páginas en formato JPEG editable con Fireworks.
- Guía de estilo digital: Estilo de los principales componentes de maquetación: títulos, subtítulos, cuerpo, campos de formularios, botones, imágenes, etc.
- Datos: Volcado completo de la base de datos del sitio web actual en formato MySQL para el proceso de migración de datos.
- Directorio Web: Directorio del sitio web actual para el proceso de migración de datos.
- Servicios Web: Descripción de los servicios web que actualmente son utilizados para:
  - Suministrar datos e imágenes a la aplicación móvil *Museothyssen.org*
  - Suministrar datos al sitio web *Europeana*.
  - Suministrar datos sobre obras a aplicaciones externas (obras en pantallas de salas, votaciones en pantallas de salas, carrusel de obras y envío de postales).
- Textos: Textos (menús, títulos, subtítulos, cuerpos, botones, textos alternativos, etc.) de maquetación y contenido del nuevo sitio en español e inglés, se suministrarán textos en otros idiomas asociados a la organización de la visita.

### 3.3 Arquitectura

#### 3.3.1 Home

Se trata de una página que muestra de forma atractiva los contenidos y accesos a secciones de la web. En ella se mostrarán imágenes de las exposiciones temporales actuales o próximas, la colección permanente, una selección de actividades actuales y próximas, una visualización de contenidos de Visita (Horarios de hoy y Mapa) y otros contenidos destacados de la web (ej. Aplicaciones móviles, Hazte Amigo de Colabora, Tienda online)

La cabecera y pie de página son comunes a toda la web.

### 3.3.2 Cabecera de página

La cabecera incluye los siguientes elementos y es común a todas las páginas de la web:

- **Menú principal:** Acceso al menú principal en formato “hamburguesa” recogido y desplegable verticalmente.
- **Logo principal:** Nombre del Museo Thyssen-Bornemisza.
- **Idioma:** Aunque el sitio se mostrará en español o en inglés en función del navegador del usuario, en la cabecera de todas las páginas se incluirá un selector de idioma.
- **Login:** Acceso a una sección donde el usuario podrá registrarse o acceder a distintos espacios privados
- **Entradas:** Acceso a la venta de entradas online.

### 3.3.3 Canales del menú superior

La arquitectura de contenidos se reparte entre los canales que se despliegan en el menú y los que se muestran en el pie de página o que se encuentran vinculados en páginas interiores.

Aunque se ha partido de los contenidos y funcionalidades de la web actual, la nueva arquitectura supone una revisión de contenidos para que se adapten al entorno *responsive*, tanto en la parte gráfica que va a cobrar más importancia, como en los textos que se verán reducidos. Asimismo cobran importancia los botones *call to action* para asegurar la conversión.



#### a) Visita

El objetivo de la sección Visita es el de ofrecer a los usuarios toda la información necesaria para que puedan organizar y planificar su visita al Museo. Se trata de una página distributiva que da acceso a subsecciones, elementos, banners y botones.

A continuación se describen las subsecciones

- **Horarios:** Descripción detallada de los horarios de visita del Museo tanto de la Colección Permanente como de las Exposiciones Temporales. También se ofrece una visualización del horario del día.
- **Tarifas:** Descripción detallada de las tarifas vigentes para visitar el Museo y sus modalidades.
- **Cómo llegar:** Descripción detallada sobre la localización del Museo y las diferentes formas de llegar mediante transporte público o privado. Incluye información textual, imágenes y código embebido de mapas web.
- **Agenda:** Consulta de la oferta de exposiciones, novedades y actividades en una fecha o periodo de fechas dado. Esta agenda mostrará un mosaico de ítems que dan acceso a las fichas de información en detalle e incluyen botones para la compra o reserva.

- **Itinerarios sugeridos:** Listado a modo de mosaico de o propuestas temáticas de visita a la Colección que constan de una introducción y que reúnen varias obras con un texto asociado específico.
- **Recursos para la visita:** Acceso a contenidos útiles para realizar la visita, en su mayoría contenido estático, archivos descargables o enlaces a contenidos externos.
  - Planos
  - Información en otros idiomas
  - Aplicaciones digitales
  - Audioguías
- **Tipos de visitas:** Descripción detallada de los diferentes posibilidades de visitar el Museo con sus normas (libre, con guía propio, con guía del Museo, corporativas exclusivas).
- **Servicios:** Descripción detallada de información práctica que ofrece el Museo y que es complementaria a la visita: En su mayoría el contenido es estático:
  - Restauración
  - Tienda/Librería
  - Servicio de audio guías
  - Guardarropa
  - Wifi
  - Otros servicios

## b) Colección

El canal de Colección ofrece la información sobre las obras de la Colección permanente y de los artistas mediante un buscador avanzado y resultados de búsquedas agrupadas (Obras Maestras, períodos, géneros y temas). Se trata del canal donde se quiere profundizar en las relaciones entre distintos contenidos (Obras entre sí, artistas, recursos digitales, productos de la Tienda online...).

Además se muestran también en este canal otras subsecciones como los estudios generados a partir de la colección en formato PDF y en forma de micrositos (publicación Ventanas y proyectos de investigación, estudios técnicos y restauraciones) lo que actualmente se llama Estudios de la colección; así como la Historia de la misma; y el acceso a la Visita Virtual del Museo.

Este canal ofrece un contenido dinámico que está interrelacionado y también ofrece acceso a contenidos multimedia como archivos PDF y micrositos.

La visita virtual<sup>[3]</sup> de la Colección Permanente consiste en fotografías panorámicas que incluyen información y enlaces con los contenidos de la web (planos y fichas de obras). El nuevo sitio deberá incorporar la visita existente no contemplándose dentro del ámbito de este proyecto cualquier modificación de la misma.

---

<sup>3</sup> [http://www.museothyssen.org/thyssen/visita\\_virtual\\_permanente](http://www.museothyssen.org/thyssen/visita_virtual_permanente)

### c) Exposiciones temporales

La información de las exposiciones temporales (aprox. 134) que antes se articulaba a través de microsítios para contar con una línea gráfica personalizada y luego como solución intermedia a la falta de una web *responsive*, en la nueva web se simplifica y se integra en la arquitectura de contenidos.

Se trata de otro canal donde se quiere profundizar en las relaciones entre distintos contenidos (Obras, actividades, recursos digitales, productos de la Tienda online...).

El histórico de exposiciones debe permitir enlazar con los sitios de las exposiciones temporales finalizadas.

### d) Actividades

El canal de Actividades contiene todas las actividades dirigidas a público general y a colectivos específicos (Amigos, a profesionales de la educación que están contenidas en Educathyssen...).

El canal ofrece la información de las actividades actuales y próximos mediante un buscador de por palabras clave, perfil del visitante, duración, etc. y la ordenación se podrá hacer por diversos criterios por parte del usuario. Ello requerirá replantear y modificar la base de datos de actividades para que pueda clasificarse por los nuevos criterios y relacionarse con otros contenidos (recursos digitales, exposiciones, obras, artistas)

También se ofrecerá un mosaico de actividades que dan acceso a la ficha de cada actividad.

Se estudiará la migración del histórico de actividades para ver si es viable mostrar la información de actividades pasadas. De todas formas se mostrarán las actividades que vayan pasando como criterio general

### e) Educación

La sección de Educación se usa como puerta de entrada a la web de Educathyssen.

En ella se explica de forma resumida el proyecto educativo que lleva a cabo el Museo Thyssen y en concreto el departamento de educación.

Y muestra las actividades y contenidos en función de los diferentes tipos de perfiles: Los contenidos procederán de la base de datos de actividades pero también estarán relacionados con contenidos más extensos que se encontrarán en la web de Educación

### f) Colabora

En el canal Colabora se recogen todas las formas que ofrece el Museo a las empresas y clientes individuales para colaborar con el Museo y apoyar económicamente a su sostenibilidad.

El canal que tiene un enfoque B2B y B2C está dividido en los siguientes sub canales:

- Amigos del Museo
- Patrocinio
- *Crowdfunding*
- Acceso al espacio Eventos Corporativos descrito en el apartado 3.3.4

### **f.1. Amigos del Museo**

Espacio dedicado al programa de Amigos del Museo con contenidos y servicios específicos para este colectivo como las siguientes:

- Hazte amigo: Alta <sup>[4]</sup> en alguna modalidad del programa de Amigos. El alta incluye además de la toma de datos, la realización del pago por tarjeta de crédito, paypal, transferencia o en el propio Museo.
- Información sobre las modalidades: Información detallada sobre las prestaciones asociadas a cada modalidad del programa de amigos.
- Regalo de alguna modalidad del programa de amigos.
- Contacta: Formulario de contacto con el responsable del programa de amigos del Museo.
- Pieza de marketing: El canal podrá incorporar una pieza de marketing <sup>[5]</sup> (banner o formulario) mediante un código embebido.
- Zona Amiga: Zona de acceso a los amigos del Museo que ofrecerá los siguientes contenidos y servicios:
  - Registro/login <sup>[4]</sup>
  - Acceso a contenidos exclusivos: Actividades, documentos, videos, etc.
  - Renovación de la suscripción <sup>[4]</sup> y pago mediante: tarjeta de crédito, Paypal o domiciliación.
  - Modificación de los datos personales <sup>[4]</sup>
  - Acceso al canal de venta de entradas de actividades para Amigos del Museo.
  - Listado de los envíos/notificaciones realizados por email a los amigos.
  - Promociones activas: Información sobre las promociones activas exclusivas para los Amigos del Museo.
  - Productos de tienda: Selección de productos de tienda con condiciones especiales para los Amigos.
  - Histórico de actividades/visitas realizadas.
- Contacta. Formulario de contacto con el responsable del programa de Amigos del Museo.

### **f.2. Patrocinio**

Espacio dedicado al patrocinio de proyectos, principalmente artísticos. Este canal recogerá la siguiente información:

- Proyectos para los que se busca patrocinio: Descripción de los proyectos con contenido multimedia y testimonios que potencien el atractivo de las propuestas.

---

4 Esta funcionalidad exige el acceso a sistemas corporativos mediante el uso de servicios web tal y como queda recogido en el punto 3.6.

5 Ver punto 2.12, Automatización de marketing.

- Proyectos patrocinados: Información detallada de los proyectos patrocinados, resultados alcanzados y reconocimiento de sus patrocinadores.
- Patrocinadores del Museo: Listado completo y ficha de los patrocinadores del Museo.
- Contacta: Formulario de contacto con el responsable del programa de patrocinio del Museo.
- Pieza de marketing: El canal podrá incorporar una pieza de marketing <sup>[6]</sup> (banner o formulario) mediante un código embebido.

### **f.3. Crowdfunding**

Espacio dedicado a la búsqueda de financiación colectiva de proyectos mediante donaciones. El adjudicatario deberá proponer el servicio online de *crowdfunding* que considere más adecuado para el Museo así como la integración con el nuevo sitio web.

Este canal, que deberá integrar el servicio online de *crowdfunding*, ofrecerá la siguiente información/funcionalidad:

- Proyectos para los que se busca financiación: Descripción de los proyectos con contenido multimedia y testimonios que potencien el atractivo de las propuestas.
- Estado de los proyectos financiados: Información detallada de los proyectos, resultados alcanzados y reconocimiento de los donantes.
- Realizar la donación online: El canal deberá permitir realizar una donación a un proyecto concreto mediante tarjeta de crédito o Paypal.
- Contacta: Formulario de contacto con el responsable del programa de patrocinio del Museo.
- Pieza de marketing: El canal podrá incorporar una pieza de marketing <sup>[3]</sup> 2.12.4 (banner o formulario) mediante un código embebido.

El nuevo sitio deberá ofrecer un CMS (propio o del servicio seleccionado) con las funcionalidades necesarias para:

- Administrar y ampliar los proyectos.
- Generar informes sobre las donaciones realizadas y los proyectos.
- Generar informes de donantes.
- Comunicarse con los donantes vía email.

### **g) Tienda**

Acceso a la tienda online del Museo: [tienda.museothyssen.org](http://tienda.museothyssen.org)

---

<sup>6</sup>Ver punto 2.12, Automatización de marketing.

### 3.3.4 Canales menú inferior

Los canales principales incluidos en el menú principal se complementan con un segundo menú incluido en la zona inferior de la página antes del pie de página.

El Museo	Prensa	Turismo	Eventos corporativos	Empleo y prácticas	Boletín	Recursos digitales
----------	--------	---------	----------------------	--------------------	---------	--------------------

#### a) Sobre el Museo

Este canal reúne la información sobre el Museo y su historia así como su organización interna.

- Historia de la colección
- El Edificio
- Biografías
- Patronato
- Equipo directivo

Se trata de un canal informativo y la página inicial es distributiva y da acceso a secciones con imágenes y textos.

#### b) Sala de prensa

Este canal está destinado a los profesionales de los medios de comunicación y ofrecerá contenidos tanto públicos (con formato de noticias breves) como restringidos a una zona privada donde es necesario registrarse para poder acceder a las notas de prensa, información sobre el Museo y su colección permanente e información sobre las exposiciones temporales (micrositios preparados antes de las exposiciones y que reúnen links a documentos en PDF e imágenes en alta resolución).

La sala de prensa ofrecerá los siguientes contenidos y servicios:

- Registro/login
- Información general: Archivos con información sobre:
  - El Museo
  - El edificio
  - Las Colecciones
  - Archivo fotográfico
- Exposiciones temporales: Archivos con información sobre las exposiciones temporales.
  - Nota de prensa
  - Selección de textos
  - Listado de obras
  - Actividades relacionadas

- Información sobre el patrocinador
- Enlace a la descarga de recursos en [thenewsmarket.com](http://thenewsmarket.com)
- Imágenes: Imágenes de una selección de obras de la exposición para su descarga.
- Notas de prensa: Notas de prensa elaboradas por el Museo.
- RSS de exposiciones y actividades: Acceso a las próximas exposiciones y actividades en formato RSS.
- Contacta. Formulario de contacto con el área de comunicación del Museo.

El nuevo sitio deberá ofrecer en su CMS las funcionalidades necesarias para:

- Administrar y ampliar los contenidos alojados en la sala de prensa.
- Validación de usuarios registrados.
- Información sobre visitas y descargas de documentos.

### c) Turismo

Este canal está destinado a los profesionales del sector turístico y ofrecerá contenidos tanto públicos (con formato de actividades, vídeos y testimonios o banners) así como restringidos a una zona privada. En la misma es necesario registrarse y según el tipo de usuario se le ofrecerán contenidos personalizados y podrá acceder al detalle de los contenidos anunciados en los banners, así como el acceso a la venta de entradas para Turismo.

El canal de turismo ofrecerá los siguientes contenidos y servicios:

- Registro/login
- Información: Información general sobre el Museo para profesionales del turismo.
  - Mapa
  - Guías y material para su descarga
  - Archivo fotográfico del Museo y sus colecciones
- Novedades: Novedades sobre el Museo, sus actividades de interés para los profesionales del turismo.
- Venta Online: Acceso al canal de venta profesional en la web [entradas.museothyssen.org](http://entradas.museothyssen.org).
- Contacta: Formulario de contacto con el área de comunicación del Museo.
- RSS de exposiciones y actividades: Acceso a las próximas exposiciones y actividades en formato RSS.
- Pieza de marketing: El canal podrá incorporar una pieza de marketing <sup>[7]</sup> (banner o formulario) mediante un código embebido.

---

<sup>7</sup>Ver punto 2.12, Automatización de marketing.

El nuevo sitio deberá ofrecer en su CMS las funcionalidades necesarias para:

- Administrar y ampliar los contenidos alojados en este canal.
- Validación de usuarios registrados.
- Información sobre visitas, descargas de documentos y accesos a la compra de entradas.

#### **d) Eventos corporativos**

Este canal tiene como objetivo promover la celebración de Eventos Corporativos, a través del alquiler de espacios y la organización de visitas exclusivas para clientes corporativos y agencias de organización de eventos.

El canal deberá ofrecer información atractiva y útil para la organización de un evento corporativo en el Museo así como los servicios necesarios para establecer un primer contacto comercial con el departamento del Museo responsable de este tipo de eventos.

Este canal ofrecerá los siguientes contenidos/servicios al usuario:

- Espacios: Listado y descripción de los espacios para uso para uso privado tras la visita a la Colección permanente o a la Exposición temporal. Cada espacio dispondrá de una ficha descriptiva con material multimedia asociado, su precio, características y condiciones de uso.
- Visitas Corporativas Exclusivas: Sección con la descripción detallada del programa de Visitas Guiadas y Privadas, tanto a la Colección Permanente como a las Exposiciones Temporales, disponibles para eventos corporativos. Cada visita contará con una ficha descriptiva con material multimedia asociado.
- Calendario con la disponibilidad general del Museo para celebrar eventos. El detalle y reserva se hará a través de una dirección de email. Las consultas quedarán registradas en la BD del nuevo sitio.
- Contacta: Formulario de contacto con el responsable de eventos corporativos del Museo.
- Pieza de marketing: El canal podrá incorporar una pieza de marketing<sup>[4]</sup> (banner o formulario) mediante un código embebido.

El nuevo sitio deberá ofrecer en su CMS las funcionalidades necesarias para:

- Administrar y ampliar los contenidos alojados en este canal.
- Listado de presupuestos enviados y abiertos o no abiertos.
- Información sobre visitas y descargas de documentos.

#### **e) Trabaja con nosotros**

En este Canal se ofrece información sobre las iniciativas del Museo en materia de Recursos Humanos como la Certificación como Empresa Familiarmente Responsable así como la oferta de empleo en vigor y la posibilidad de inscribirse en la Bolsa de prácticas y de Trabajo.

Este canal ofrecerá los siguientes servicios:

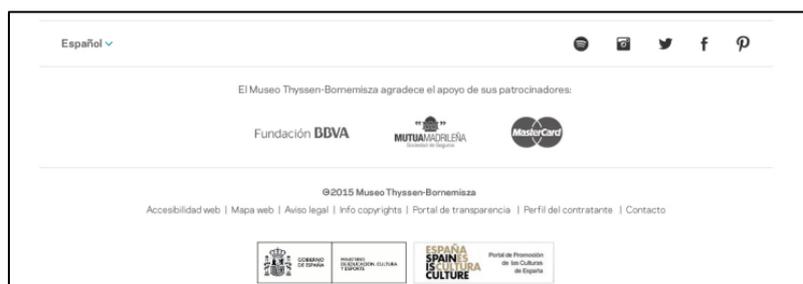
- Consulta de ofertas de empleo activas
- Inscripción en una oferta de empleo a través de un formulario.
- Información sobre el programa de prácticas e inscripción a través de un formulario.
- Información sobre la Bolsa de Trabajo e inscripción a través de un formulario.

El nuevo sitio deberá ofrecer en su CMS las funcionalidades necesarias para:

- Gestionar las ofertas de empleo.
- Listar los inscritos en una oferta de empleo determinada.
- Toda la información personal registrada en BD así como en ficheros deberá cumplir con la normativa de LOPD/LSSI en vigor.

#### f) Boletín o Newsletter

Ofrece la posibilidad al usuario de recibir el boletín del Museo introduciendo el correo electrónico y consultando boletines anteriores.



#### 3.3.5 Pie de página

Esta sección permite el cambio de idioma de la página, el acceso a los perfiles del Museo en una selección de redes sociales.

También incluye un espacio para los patrocinadores destacados con un logo

#### 3.3.6 Canales del pie de página

Por último el espacio inferior está destinado a secciones bien relativas a la disposición y uso de los contenidos de la propia web (Accesibilidad web, Mapa Web, Aviso legal, Info copyright) o a informaciones de carácter administrativo (Portal de transparencia y el Perfil del contratante) así como el Contacto. Mientras que el Perfil del Contratante ofrece la información de las licitaciones previstas, abiertas y de los concursos adjudicados y la posibilidad de solicitar los pliegos.

##### a) Accesibilidad web

Página que recoge información sobre accesibilidad y conformidad con estándares y pautas.

##### b) Mapa Web

Página que recoge y describe todos los canales y subsecciones del nuevo sitio.

**c) Copyright**

Página que detalla los contenidos con derechos de autor y su copyright

**d) Aviso legal**

Se trata de una página con texto que detalla los aspectos legales de los contenidos y la reutilización de la página web.

**e) Portal de transparencia**

Es actualmente un micrositio dinámico<sup>[8]</sup> cuyos contenidos están relacionados con los epígrafes que marca la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno:

- Organización
  - Órganos de gobierno
  - Organización y estructura
  - Normativa
- Información económica por años.
- Listado de convenios y contratos por años.
- Acceso al Perfil del Contratante.

El nuevo sitio deberá ofrecer en su CMS las funcionalidades necesarias para administrar y ampliar la información ofrecida en este canal.

**f) Perfil del contratante**

Recoge la información sobre la contratación de la Fundación Colección Thyssen-Bornemisza con el fin de asegurar la transparencia y el acceso público a la información relativa a su actividad contractual y a efectos de dar cumplimiento a lo dispuesto en el art. 53 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre).

Esta sección ofrece las siguientes funcionalidades al usuario:

- Consulta de relación de licitaciones previstas
- Consulta sobre concursos abiertos con información detallada y formulario para solicitar el pliego que se envía por correo electrónico
- Consulta sobre concursos adjudicados organizados por años con información detallada de los aspectos como fechas de publicaciones, subsanaciones, adjudicaciones provisionales y definitivas, etc.

El nuevo sitio deberá ofrecer en su CMS las funcionalidades necesarias para:

- Gestionar licitaciones.

---

<sup>8</sup> <http://transparencia.museothyssen.org/es>

- Listado de las empresas registradas en una licitación.

#### **g) Contacto**

Una sección con dirección postal y el número de teléfono de atención al público. Tendrá un formulario para redirigir las consultas o bien un listado de puntos de contacto según el

### **3.4 API**

El nuevo sitio 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:

- Obras.
- Artistas.
- Exposiciones.
- Recorridos.
- Actividades.
- Agenda.

Adicionalmente la API ofrecerá acceso a las siguientes entidades para un uso exclusivo por parte del Museo:

- Inscripciones en boletines.
- Registros asociados a acciones de MKT.
- Incidencias registradas en el sistema de atención al visitante.

La API ofrecerá de un sistema de registro que permita la gestión de los usuarios registrados desde el BackOffice y permitirá recuperar registros estableciendo filtros múltiples: fechas, tipos, estilos, nombres, títulos, etc.

El nuevo sitio deberá ofrecer en su CMS las funcionalidades necesarias para administrar y gestionar el uso de la API.

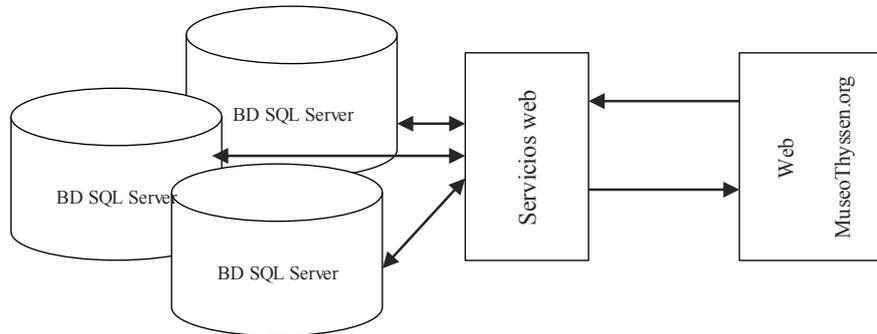
### **3.5 Idiomas**

Todas las páginas y canales del nuevo sitio web serán bilingües (español e inglés). En el canal de Visita se publicará adicionalmente información en los siguientes idiomas: francés, italiano, alemán, portugués, chino, japonés y ruso.

### **3.6 Integración con sistemas corporativos**

El nuevo sitio ofrecerá funcionalidades que deberán integrarse con las aplicaciones informáticas corporativas. Esta integración se realizará a través de una capa de servicios web que deberá ser definida e implementada como parte del proyecto. Los desarrollos que deban realizarse sobre las

aplicaciones corporativas serán realizados fuera del ámbito de este proyecto por las empresas encargadas del mantenimiento de dichas aplicaciones.



Básicamente la capa de servicios web (1) 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 sitio, en las bases de datos MS SQL Server de las aplicaciones corporativas.

### 3.6.1 ERP Microsoft Business Solutions Navision

El Museo cuenta con una aplicación para la gestión administrativa y financiera (ERP), MBS Navision 4.20, que cuenta con una base de datos Microsoft SQL Server. La versión actual, 4.20, no dispone de servicios web de manera nativa por lo que será necesario el desarrollo de un servicio que acceda directamente a la BD.

El nuevo sitio incluye los siguientes canales que intercambiarán información con este ERP:

- **Canal de Colabora en la sección Zona Amiga:**
  - **Alta de una nueva suscripción:** Solicitud de alta en el programa de amigos, los datos deberán quedar registrados en el ERP junto con la referencia del pago realizado.
  - **Renovación de una suscripción:** La referencia del pago realizado debe quedar registrado en el ERP y las fechas de validez de la tarjeta actualizadas.
  - **Cambio de datos del amigo:** Actualización de datos personales, forma de pago, datos de pago; que deberán quedar registrados en el ERP.

### 3.6.2 Intranet

El Museo cuenta con una Intranet desarrollada sobre Microsoft SharePoint en el que se gestiona diversa información de uso interno entre la que se incluyen diversos calendarios que reflejan la ocupación de los espacios del Museo.

El nuevo sitio incluye los siguientes canales que intercambiarán información con esta Intranet:

- **Canal de Eventos Corporativos:**

- **Disponibilidad calendario:** Consulta de la disponibilidad de espacios por fecha. Esta disponibilidad se obtiene a partir de un calendario MS SharePoint.

### 3.6.3 Gestión de Colecciones

El Museo cuenta con una aplicación de gestión de obras de arte denominada GCPGET con una base de datos MS SQL Server en la que se registra, entre otra información, la localización actual de cada obra.

- **Canal de colección:**
  - **Localización de obras:** Consulta de la localización actual de una obra para ser mostrada en la ficha de la obra, los recorridos y otros contenidos similares o relacionados.

### 3.7 Gestión de usuarios

Los usuarios del sitio Museothyssen.org, dependiendo de su perfil, pertenecerán a una o varias de las siguientes categorías:

- Profesional de prensa: Acceso a la zona privada del canal de prensa.
- Profesional de turismo: Acceso a la zona privada del canal de profesionales del turismo.
- Cliente de tienda: Acceso a ficha de cliente y promociones.
- Usuario de Museothyssen.org: Acceso a las funcionalidades de personalización de la web Museothyssen.org.
- Cliente de entradas: Acceso a ficha de cliente y promociones.

### 3.8 Automatización de marketing (MKTA)

La integración del nuevo sitio con la solución de automatización de marketing se realizará principalmente en los siguientes canales/páginas:

- Boletín noticias o Newsletter
- Sección de Amigos en Canal Colabora
- Sección de *crowdfunding* en Canal Colabora
- Sección de patrocinio en Canal Colabora
- Canal de Eventos Corporativos
- Canal de Turismo

### 3.9 Integración con otros sitios web

El nuevo sitio tendrá enlaces profundos y desde páginas de los siguientes sitios del Museo:

- [entradas.museothyssen.org](http://entradas.museothyssen.org)
- [tienda.museothyssen.org](http://tienda.museothyssen.org)

- [www.educathyssen.org](http://www.educathyssen.org)

Estos enlaces estarán perfectamente etiquetados para asegurar su seguimiento desde Google Analytics.

### 3.10 Migración de contenidos

Como parte del proyecto se realizará la migración de los siguientes contenidos principales del sitio Museothyssen.org actual. Tal y como se indicaba en el punto 4, el Museo dará acceso completo a la base de datos y directorio del sitio actual para este proceso de migración. El contenido que se quiere migrar a MuseoThyssen.org es el siguiente:

- **Exposiciones:** 134 registros + 134 micrositios.
- **Obras:** 1.111 registros, 4 imágenes por obra.
- **Artistas:** 630 registros.
- **Recorridos:** 9 registros, 10 obras por registro.
- **Videos:** 185 registros. Cada registro tiene una referencia a un sistema de publicación de videos externo (Vimeo o YouTube).
- **Audios:** 900 ficheros mp3 con descripción de obras y salas en varios idiomas.
- **Ventanas:** 6 registros y 12 ficheros PDF asociados a la publicación online Ventanas.
- **Estudios:** 7 registros y 7 micrositios asociados a cada estudio de restauración.
- **Proyectos de investigación:** 9 registros y 7 ficheros (video o PDF) asociados a cada proyecto de investigación.
- **Visita virtual:** Panorámicas de fotografías de 360° de 72 salas de la Colección Permanente y otros espacios (Hall y escaleras donde hay obras )
- **Micro sitios de prensa:** 83 registros + 83 83 micrositios.
- **Registros de usuarios:** Usuarios registrados en: el boletín de noticias, el canal de prensa, canal de turismo y la zona amiga.
- **Portal de transparencia:** Contenidos en XML (5 en dos idiomas, 1) y 15 archivos en formato PDF.

### 3.11 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 del sitio 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 del nuevo sitio con los sistemas corporativos, en especial la integración de los canales de amigos y Eventos corporativos con el ERP Microsoft Business Solutions Navision.
- **Desarrollo:** Desarrollo de todos los canales del nuevo sitio (*frontend, backend, API, elementos de integración con sistemas corporativos*).
- **Pruebas:** Pruebas del nuevo sitio con una precarga limitada de datos.
- **Migración:** Migración de los datos históricos y entidades principales: colecciones, artistas, obras, exposiciones, actividades.
- **Textos e imágenes:** Carga de textos e imágenes definitivas en dos idiomas.
- **Puesta en explotación:** Publicación del nuevo sitio.
- **Mantenimiento:** 12 meses de mantenimiento perfectivo y evolutivo.

### 3.12 Plazos

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

El plazo máximo para la puesta en producción del nuevo sitio es de 7 meses contados a partir de la fecha indicada 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.

### 3.13 Documentación

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

- Manuales y tutoriales de usuario
- Manual de maquetación
- Manual de administración de contenidos
- Manual de administración técnica
- Manual y tutorial para los usuarios
- El adjudicatario deberá especificar en su propuesta el alcance y contenido de la documentación que entregará al finalizar el proyecto.

### 3.14 Formación

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

- Formación de administración del CMS
- Formación de gestión de contenidos

- Formación de gestión de plantillas
- Formación técnica
- El adjudicatario deberá especificar en su propuesta el alcance y duración de la formación propuesta.

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

### **3.15 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 del sitio. 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	24

### **3.16 Garantía**

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

## 4 Requisitos de Educathyssen.org

El nuevo sitio web Educathyssen.org deberá cubrir los requisitos comunes recogidos en el punto 2 así como los específicos recogidos a continuación.

### 4.1 Objetivos

El nuevo sitio web EducaThyssen.org tiene como objetivos primordiales:

- Incrementar el número de visitantes on/off line y, por tanto, el número de potenciales usuarios de nuestros programas presenciales
- Potenciar la participación de los usuarios y su papel como generadores de conocimiento
- Fidelizar e incrementar el *engagement* de los visitantes.
- Reforzar el papel de referencia del Área de educación del Museo Thyssen-Bornemisza
- Optimizar la búsqueda de contenidos, programas y actividades ofertadas por el Área de Educación
- Optimizar el trabajo del Área en lo referente a su actividad digital.

El nuevo sitio 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

Y del ecosistema digital de EducaThyssen compuesto por:

- EducaThyssen.org
- Acciones en redes sociales (Facebook, Twitter, Pinterest, Youtube, Google+, Instagram, etc.)
- Quiosco Thyssen
- Aplicaciones móviles (Experiment Now, Crononautas, Nubla, Tesoros Ocultos, etc.)
- Servicios digitales: Sistemas de estadísticas y evaluación del Área de Educación, Sistemas de mensajería masiva, etc.)

Para lograr los objetivos se han diferenciado tres tipologías de contenidos dentro de EducaThyssen:

- Recursos.
- Información.

- Espacios colaborativos y de aprendizaje.

Y los siguientes canales principales:

- Museo y escuela
- Tiempo libre
- Educación superior
- Comunidad

## 4.2 Material de partida

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

- Documento de estrategia: Documento de estrategia digital en el que se enmarca el nuevo sitio web Museothyssen.org.
- Wireframes: Wireframes (móvil y desktop) de todas las páginas a desarrollar en formato pdf.
- Diseño: Diseño final (móvil y desktop) de las veinte páginas principales en formato jpeg editable con Fireworks.
- Guía de estilo digital: Estilo de los principales componentes de maquetación: títulos, subtítulos, cuerpo, campos de formularios, botones, imágenes, etc.
- Datos: Volcado completo de la base de datos del sitio web actual en formato Mysql para el proceso de migración de datos.
- Directorio Web: Directorio del sitio web actual para el proceso de migración de datos.
- Servicios Web: Descripción de los servicios web que actualmente son utilizados para:
  - Suministrar datos e imágenes a las aplicaciones móviles de EducaThyssen: Experiment, Crononautas, Quiosco, Tesoros, Nubla, etc.
  - Suministrar datos sobre las redes sociales dependientes del Área de Educación.
  - Suministrar datos a los sistemas de administración y estadísticas de la actividad digital del Área de Educación.
- Textos: Textos (menús, títulos, subtítulos, cuerpos, botones, textos alternativos, etc.) de maquetación y contenido del nuevo sitio en español e inglés.

## 4.3 Arquitectura

### 4.3.1 Home

La página principal del sitio presenta, de manera atractiva y organizada, los contenidos, principales y destacados, y el acceso a los canales o secciones principales de la web. También dan acceso al espacio privado de los usuarios registrados y a las páginas generales y corporativas, así como un acceso directo al sitio MuseoThyssen.org

### 4.3.2 Cabecera de página

La cabecera del sitio incluye los siguientes elementos y se repite en todas las páginas de la web:

- Menú principal: Acceso a los cuatro canales o secciones principales del sitio.
- Logo de EducaThyssen. Logotipo del Programa Educativo del Museo Thyssen-Bornemisza
- Logo de Museo Thyssen. Activo. Es enlace directo a MuseoThyssen.org
- Idioma. Posibilidad de cambiar el idioma (De inglés a español, y viceversa). El idioma estará determinado por el navegador del usuario.
- Login. Acceso a la sección de registro o espacio privado del usuario. Hacer Login significa acceder a funcionalidades predefinidas en función de los perfiles.
- Buscador. El sistema contará con varios sistemas de búsqueda y acceso a contenidos (Términos de búsqueda, etiquetado, etiquetado social, etc.)

### 4.3.3 Canales o secciones del menú superior

La arquitectura del sitio se distribuye en los canales o secciones del menú y que se repite en el pie de página bajo el epígrafe secciones. De manera complementaria se da acceso a páginas complementarias o institucionales que no forman parte de ninguno de estos cuatro canales principales.

La nueva arquitectura está pensada para su adaptación a un entorno *responsive*, con gran importancia de lo visual y un tratamiento más eficaz de los títulos y textos. Se da mayor importancia a los botones *call to action* que en la web actual.

Las secciones o canales principales de la web son:



#### a) Museo y Escuela

Esta sección recoge:

- Información sobre Proyectos Educativos, Programas Educativos y Actividades educativas relacionados con la Escuela y la Educación Formal no Universitaria, que están activos en estos momentos o programados para su desarrollo.

- Convocatorias e inscripciones en estos Proyectos, Programas o Actividades
- Histórico de esta tipología de Proyectos, Programas y actividades.
- Documentación, catálogo de medios y recursos relacionados con los Proyectos, Programas y Actividades mencionadas.
- Espacios de generación colectiva de contenidos y de desarrollo de proyectos. Estos espacios podrán ser de libre acceso o de acceso restringido en función de los perfiles en los que esté logado el usuario.

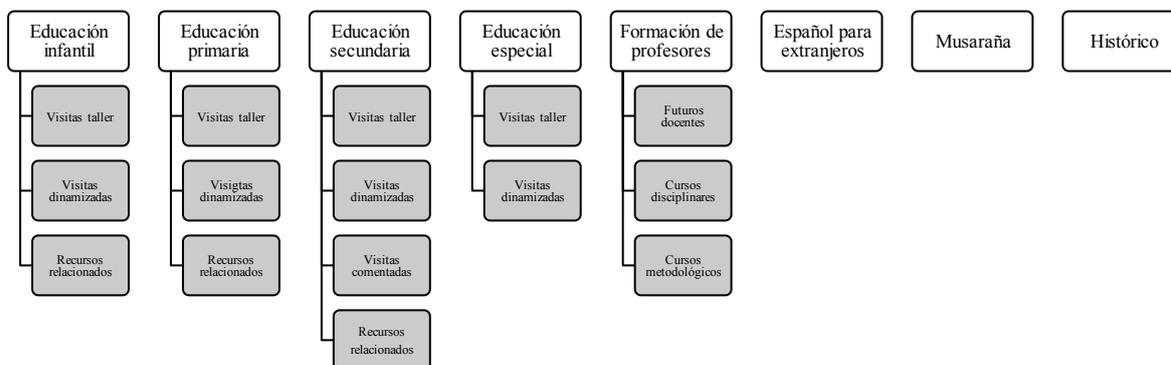
La dinámica orgánica del Área de Educación del Museo Thyssen-Bornemisza, implica que las subsecciones de todos sus canales o secciones están sujetas a un crecimiento constante y a la posible incorporación de nuevos apartados o subsecciones. Las subsecciones específicas de este canal son:

- Actividades para Educación Infantil
- Actividades para Educación Primaria.
- Actividades para Educación Secundaria y Bachillerato.
- Actividades para centros de Educación Especial.
- Formación de profesores
- Musaraña
- Programa de español para extranjeros
- Histórico de proyectos y actividades

Al tiempo, estas subsecciones se articularán en función de las tipologías de actividades. Como sigue:

- Actividades para Educación Infantil:
  - Visitas Taller para Educación Infantil
  - Visitas Dinamizadas para Educación Infantil
- Actividades para Educación Primaria.
  - Visitas Taller para Educación Primaria
  - Visitas Dinamizadas para Educación Infantil
- Actividades para Educación Secundaria y Bachillerato.
  - Visitas Taller para Educación Secundaria y Bachillerato
  - Visitas Dinamizadas para Educación Secundaria
  - Visitas Comentadas para Bachillerato
- Formación de profesores
  - Talleres de formación de futuros docentes
  - Cursos de formación del profesorado de carácter disciplinar
  - Cursos de formación del profesorado de carácter metodológico

- Actividades para centros de Educación Especial.
- Musaraña
- Programa de español para extranjeros
- Histórico de proyectos y actividades



## b) Educación Superior

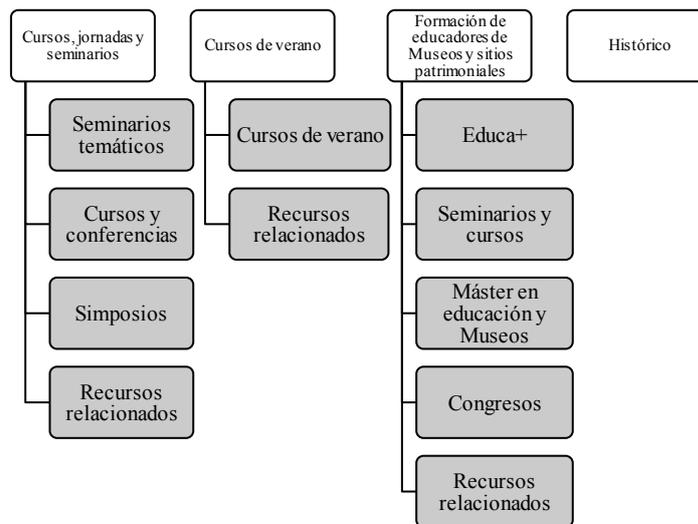
Esta sección recoge:

- Información sobre Proyectos Educativos, Programas Educativos y Actividades educativas relacionados con la Educación Superior, Educación de Postgrado y Formación de profesionales, que están activos en estos momentos o programados para su desarrollo.
- Convocatorias e inscripciones en estos Proyectos, Programas o Actividades
- Histórico de esta tipología de Proyectos, Programas y actividades.
- Documentación, catálogo de medios y recursos relacionados con los Proyectos, Programas y Actividades mencionadas.
- Espacios de generación colectiva de contenidos y de desarrollo de proyectos. Estos espacios podrán ser de libre acceso o de acceso restringido en función de los perfiles en los que esté logado el usuario.

La dinámica orgánica del Área de Educación del Museo Thyssen-Bornemisza, implica que las subsecciones de todos sus canales o secciones están sujetas a un crecimiento constante y a la posible incorporación de nuevos apartados o subsecciones. Las subsecciones específicas de este canal son:

- Cursos, jornadas y seminarios:
  - Seminarios temáticos
  - Ciclos de conferencias
  - Simposios
  - Recursos relacionados
- Cursos de Verano

- Formación de educadores de museos y sitios patrimoniales
  - o Encuentros Educa+
  - o Seminarios y cursos
  - o Máster en Educación y Museos
  - o Congresos internacionales de educación
  - o Recursos relacionados
- Histórico de proyectos y actividades



### c) Tiempo Libre

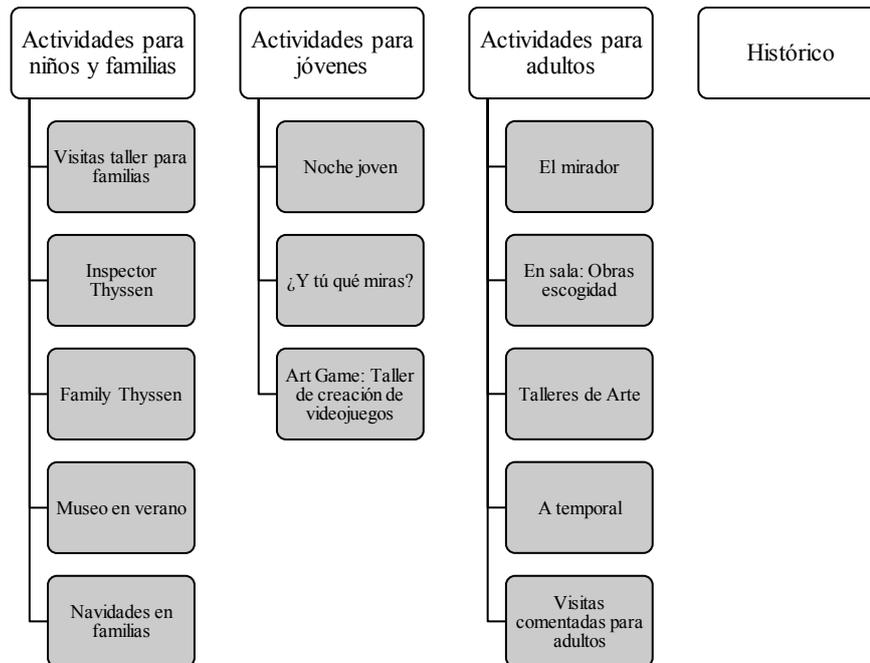
Esta sección recoge:

- Información sobre Proyectos Educativos, Programas Educativos y Actividades educativas relacionados con la Educación no Formal e Informal, que están activos en estos momentos o programados para su desarrollo.
- Convocatorias e inscripciones en estos Proyectos, Programas o Actividades
- Histórico de esta tipología de Proyectos, Programas y actividades.
- Documentación, catálogo de medios y recursos relacionados con los Proyectos, Programas y Actividades mencionadas.

La dinámica orgánica del Área de Educación del Museo Thyssen-Bornemisza, implica que las subsecciones de todos sus canales o secciones están sujetas a un crecimiento constante y a la posible incorporación de nuevos apartados o subsecciones. Las subsecciones específicas de este canal son:

- Actividades para niños y familias
  - o Visitas taller para familias
  - o Inspector Thyssen
  - o Family Thyssen
  - o Museo en verano

- Navidades en familias
- Actividades para jóvenes
  - Noche joven
  - ¿Y tú qué miras?
  - Art Game: Taller de creación de videojuegos
- Actividades para adultos
  - El mirador
  - En sala: Obras escogidas
  - Talleres de Arte
  - A temporal
  - Visitas comentadas para adultos



#### d) Comunidad

Esta sección recoge:

- Información sobre Proyectos Educativos, Programas Educativos y Actividades educativas relacionados con la Educación Superior, Educación de Postgrado y Formación de profesionales, que están activos en estos momentos o programados para su desarrollo.
- Convocatorias e inscripciones en estos Proyectos, Programas o Actividades
- Histórico de esta tipología de Proyectos, Programas y actividades.
- Documentación, catálogo de medios y recursos relacionados con los Proyectos, Programas y Actividades mencionadas.

- Espacios de generación colectiva de contenidos y de desarrollo de proyectos. Estos espacios podrán ser de libre acceso o de acceso restringido en función de los perfiles en los que esté logado el usuario.

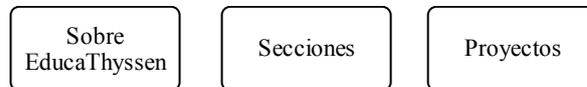
La dinámica orgánica del Área de Educación del Museo Thyssen-Bornemisza, implica que las subsecciones de todos sus canales o secciones están sujetas a un crecimiento constante y a la posible incorporación de nuevos apartados o subsecciones. Las subsecciones específicas de este canal son:

- Programa de voluntariado
- Red de públicos
- Hecho a medida
- Colaboraciones y desarrollo de recursos
- Nosotras



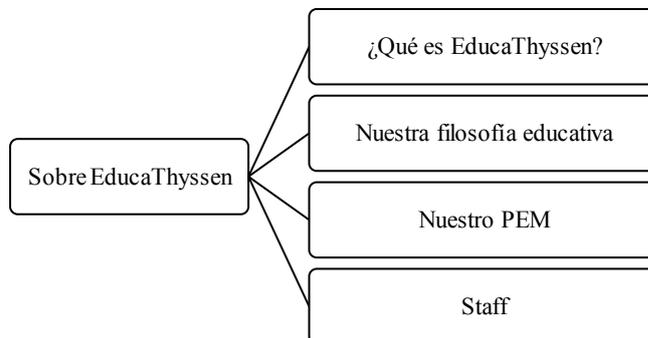
#### 4.3.4 Canales del menú inferior

Los canales principales incluidos en el menú principal se complementan y refuerzan con un segundo menú incluido en la zona inferior de la página antes del pie de página.



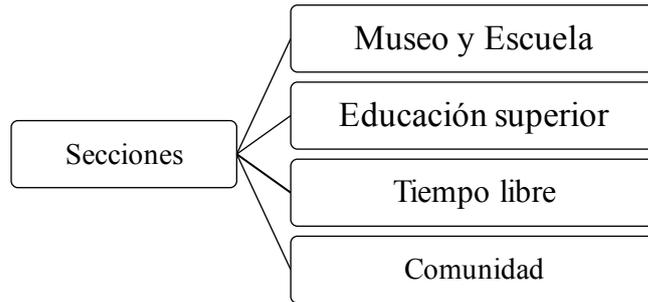
##### a) Sobre EducaThyssen

Esta sección recoge información sobre el Área de Educación del Museo Thyssen-Bornemisza, su proyecto educativo, su filosofía educativa, su Proyecto Educativo de Museo (PEM) y su Staff.



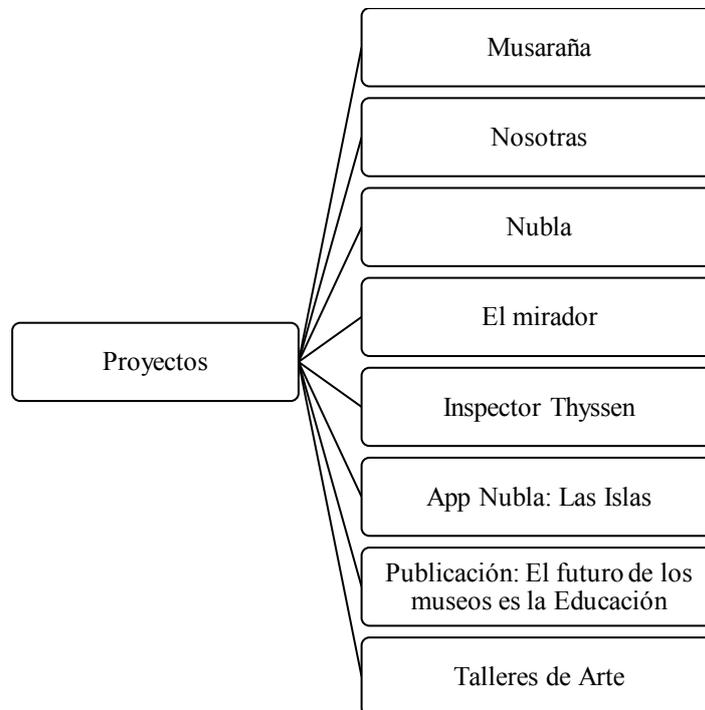
##### b) Secciones

Replica el menú con las cuatro secciones principales del sitio.



### c) Proyectos

Se trata de una nube de proyectos, actividades y programas destacados, y un acceso a contenidos secundarios que no tienen ninguna vinculación clara con cada uno de las secciones y subsecciones del sitio. A modo de ejemplo y a día de hoy:



#### 4.3.5 Pie de página

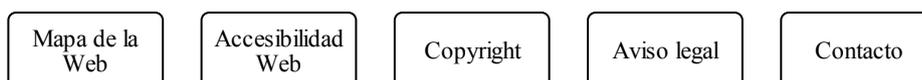
Esta sección permite el cambio de idioma de la página, el acceso a los perfiles del Museo en una selección de redes sociales y el acceso a la sección de *Crowdfunding*. Opcionalmente un espacio para los patrocinadores destacados con un logo.



#### 4.3.6 Canales del pie de página

Por último el espacio inferior está destinado a secciones bien relativas a la disposición y uso de los contenidos de la propia web (Accesibilidad web, Mapa Web, Aviso legal, Info copyright) y herramientas de contacto.

- Accesibilidad web: Página que recoge información sobre accesibilidad y conformidad con estándares y pautas.
- Mapa Web: Página que recoge y describe todos los canales y subsecciones del nuevo sitio.
- Copyright: Página que detalla los contenidos con derechos de autor y su copyright
- Aviso legal: Se trata de una página con texto que detalla los aspectos legales de los contenidos y la reutilización de la página web.
- Contacto: Una sección con dirección postal y el número de teléfono de atención al público. Tendrá un formulario para redirigir las consultas o bien un listado de puntos de contacto según el organigrama y la organización del Área.



#### 4.3.7 Contenidos y funcionalidades

Todos estos contenidos se materializarán (como en el resto de la web) en páginas modulares que incorporarán (de manera opcional y administrable) diversos contenidos:

- Contenidos de texto
- Imágenes
- Videos incrustados
- Audios
- Otro tipo de medios incrustados como presentaciones, publicaciones, etc.
- Archivos adjuntos y descargables
- Contenidos relacionados
- Nubes o listados de etiquetas

Del mismo modo deben poder incorporar los siguientes tipos de contenidos y funcionalidades:

- Sistema de comentarios: Todas las páginas del sitio deberán poder incorporar un sistema de comentarios de manera opcional y gestionada desde el CMS.
- Foro en torno a los contenidos contemplados en dicha página. Estos comentarios deben ser administrados desde el gestor y deben incorporar un sistema de notificaciones que permita establecer flujos de trabajo entre los componentes del equipo del Área de Educación. El sistema dispondrá de herramientas para encontrar discusiones (enfoque de temas, búsquedas específicas, ordenar –fecha, votos, comentarios-, trabajar con la publicaciones –votar publicaciones, reportar mal uso del foro, seguir actualizaciones de una publicación- y poder activar la recepción de notificaciones.
- Sistema de valoración de los contenidos de la página. Todas las páginas del sitio deberán poder incorporar un sistema de valoración de los contenidos de la página de manera opcional y gestionada desde el CMS.
- Sistema para compartir los contenidos en redes sociales
- Sistema de etiquetado social de los contenidos de la página

A los contenidos y funcionalidades del apartado anterior se deben poder añadir herramientas que permitan la gestión de proyectos y la colaboración de los participantes en ellos:

- Módulo de subida y envío de materiales y archivos para ser incorporados a los proyectos. Editable por el usuario a través de un editor.
- Fichas de recurso con la posibilidad de ser comentados y evaluados por iguales. El sistema dispondrá de herramientas para encontrar recursos dentro del Proyecto (enfoque de temas, búsquedas específicas, ordenar –fecha, votos, comentarios-, trabajar con las publicaciones –votar publicaciones, reportar mal uso del foro, seguir actualizaciones de una publicación- y poder activar la recepción de notificaciones.
- Calendario de desarrollo de proyectos
- Sistema de valoración de la participación de los usuarios en el proyecto
- Sistema de mensajería entre los participantes en el proyecto y los administradores

Del mismo modo deben poder incorporarse herramientas para la gestión y administración de procesos educativos y cursos:

- Formularios de evaluación y sistema de evaluación en tiempo real.
- Sistema de progreso en la realización del curso o proceso.

#### **4.4 Gestor de contenidos (CMS)**

El CMS, en lo que respecta a EducaThyssen.org, tomará como punto de partida -al menos conceptualmente- del que ya dispone EducaThyssen. Dicho CMS está basado en un máximo de cinco plantillas base, totalmente configurable por medio de módulos cuya aparición en la página definitiva son totalmente administrable desde el gestor.

Los módulos básicos a partir de los cuales se configuran las páginas, al margen de los habituales de Medios (Videos, imágenes, textos, medios incrustados, etc.) son los siguientes:

- **Sistema de Comentarios:** Todas las páginas deberán incorporar de manera opcional y configurable desde el CMS un sistema de comentarios. Estos comentarios serán notificados y derivados a los administradores correspondientes. Estos administradores de comentarios deben poder ser administrados desde el CMS.
- **Formularios (Contacto, inscripción, etc.):** Todas las páginas deberán incorporar de manera opcional y configurable desde el CMS un sistema de formularios totalmente configurable y registrados en base de datos. Estos formularios serán notificados y derivados a los administradores correspondientes. Estos administradores de comentarios deben poder ser administrados desde el CMS, donde se establecerán los flujos de trabajo pertinentes.
- **Mensajes privados:** Sistema -también opcional y configurable en la administración- para enviar dentro de la plataforma mensajes privados a los usuarios registrados.
- **Comentarios multidifusión:** En la línea de la funcionalidad anterior, un sistema de envío global, por perfiles, proyectos o secciones, de mensajes.
- **Sistema de etiquetado social de contenidos:** Además de un sistema de etiquetado administrado desde el CMS por los administradores del Sitio, debe existir la posibilidad de que los propios usuarios aporten a este etiquetado.
- **Sistema de subida de archivos:** para alimentación de los proyectos y su plataforma. Un sistema para que los usuarios registrados y con los permisos pertinentes puedan subir a la plataforma (antes de ser moderados por los administradores y definitivamente publicados en el Sitio). Estos archivos deben ser definidos por los administradores en el gestor, tanto en lo referido a tamaños como a formatos. Entre ellos se podrán subir contenidos de imagen (En distintos formatos), de medios (Video y audio en diversos formatos), textos, pdfs, documentos, etc. (fotográficos, pdf, etc....)
- **Integración de las principales redes sociales** y sistemas de compartición de contenidos en ellas que incorporen un sistema de seguimiento y estadísticas.
- **Sistema de subida de experiencias educativas:** En la línea de lo anterior, un sistema de subida de experiencias educativas a través de formularios editables y configurables desde el CMS.
- **Espacio personal:** Espacio personal de los usuarios registrados. Este espacio tendrá una parte pública y otra privada, además de incorporar datos del usuario de manera automática, el usuario podrá incorporar contenidos y editar su perfil. Entre las funcionalidades de los usuarios registrados estarán las detalladas en el apartado gestión de usuarios.
  - Etiquetado social de los contenidos del sitio y registro de la actividad en este aspecto, con el fin de incorporar un sistema de Badges para los usuarios
  - Espacio de almacenamiento de contenidos favoritos. Esta sección podrá ser pública o privada y podrá estar organizada por el propio usuario en secciones o carpetas. Estas secciones contarán con un espacio editable por el usuario que contenga título y descripción de los contenidos alojados.
- **Gestión de accesos API:** Gestión de los usuarios autorizados para acceder a los contenidos del sitio a través de la API, gestión y control de las peticiones realizadas

por usuario. Administración y creación de páginas y secciones de acceso restringido.

El CMS deberá incorporar un sistema de control de versiones, de moderación de publicación de contenidos, de flujo de edición y de vista previa. Este sistema de vista previa deberá incluir un sistema de emulación de visualización en distintos dispositivos, distintas resoluciones y distintos navegadores.

El CMS incorporará un sistema de gestión de archivos eficaz y organizado en función de pertenencia a secciones, tipologías y etiquetado. El gestor administrará los Metadatos de las páginas, permitirá la indexación o no en buscadores y el tiempo de refresco. También permitirá la definición de títulos, descripciones e imágenes que serán publicadas en las redes sociales.

#### 4.5 Gestión de usuarios

EducaThyssen.org tendrá un sistema de usuarios diferenciado con perfiles específicos. Los usuarios dependiendo de su perfil pertenecerán a una o varias de las siguientes categorías:

- **Participante nuevo.** Se les muestra las actividades y proyectos que en ese momento se encuentren en marcha, además de la forma de participación en los mismos cuando se requiera. También podrán crear sus listados de actividades y publicaciones favoritas. Finalmente podrán tener acceso a su historial de navegación en la web de EducaThyssen.
- **Participante activo.** Canal reservado a usuarios que participan en proyectos del Área de Educación. Los usuarios deberán ser validados por EducaThyssen, una vez hayan solicitado formar parte de(l) lo(s) proyecto(s) que en esos momentos se encuentren en activos. Una vez sean aceptados tendrán acceso a una serie de funcionalidades y espacios exclusivos.
- **Participante pasado.** Tendrán acceso a los contenidos generales y a los proyectos específicos en los que ha participado. El usuario, mediante un sistema de alertas, tendrá acceso/conocimiento de aquellos recursos, actividades o proyectos que, según su perfil, más se adecuen a sus necesidades. La alerta se producirá en el momento en el que EducaThyssen de el alta a la actividad proyecto o recursos en la web. Además estos usuarios podrán editar contenidos.

Estas categorías permiten segmentar a los usuarios con la finalidad de poder ofrecerles contenidos personalizados.

Estos perfiles -y por tanto, el total de los usuarios- podrán tener los siguientes permisos. Siempre administrables por los encargados de la Web

- Nivel 0
- Nivel 1 (Puede comentar y listado de favoritos).
- Nivel 2 (Puede comentar, subir materiales, listados de favoritos, acceso a determinadas páginas exclusivas e historial de navegación).
- Nivel 3 (Es administrador del contenido, funcionalidades anteriores, acceso a nuevas actividades, proyectos o recursos con preferencia temporal y etiquetado social de contenidos.)

Los perfiles podrán estar asignados a una o varias comunidades o espacios de colaboración específicos.

#### 4.6 API

El nuevo sitio 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 los recursos educativos alojados en EducaThyssen.org y a los vídeos incluidos en nuestra plataforma de YouTube.

#### 4.7 Idiomas

Aunque no todos los contenidos estarán publicados en los dos idiomas, todas las páginas y canales del nuevo sitio web tienen que tener la posibilidad de ser bilingües (español e inglés).

#### 4.8 Integración con otros sitios web

El nuevo sitio tendrá enlaces profundos a/desde páginas de los siguientes sitios del Museo:

- [entradas.museothyssen.org](http://entradas.museothyssen.org)
- [tienda.museothyssen.org](http://tienda.museothyssen.org)
- [www.museothyssen.org](http://www.museothyssen.org)

Estos enlaces estarán perfectamente etiquetados para asegurar su seguimiento desde Google Analytics.

Del mismo modo se buscará tanto la integración de actividad en redes sociales, como de los contenidos albergados en ellas, en todo el sitio; así como el acceso a estas desde el sitio web, permitiendo también su seguimiento desde Google Analytics.

#### 4.9 Migración de contenidos

Como parte del proyecto se realizará la migración de los siguientes contenidos principales del sitio EducaThyssen.org actual. Tal y como se indicaba en el punto 4, el Museo dará acceso completo a la base de datos y directorio del sitio actual para este proceso de migración. El contenido que se quiere migrar es el siguiente:

- Registros/páginas: 785 registros
- Imágenes: 2.242 imágenes
- Pdfs y publicaciones: 247 documentos
- Vídeos: 981 vídeos (Alojados en nuestro canal de Youtube)
- Contenidos embebidos: Publicaciones digitales, Quiosco Thyssen, Juegos,
- Lectores de redes sociales, presentaciones, etc.
- Registros de usuarios: Usuarios registrados en la web de EducaThyssen.

#### 4.10 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 del sitio que será establecida como fecha límite en el contrato.

- Validación: Validación de toda la documentación y recursos que serán entregados por el Museo y el Área de Educación de este, 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 Área de Educación y el Área de Tecnología del Museo del desarrollo a realizar a partir de los diseños y wireframes entregados. En esta fase se deberán detallar la integración del nuevo sitio con los sistemas corporativos.
- Desarrollo: Desarrollo de todos los canales del nuevo sitio (frontend, backend, API, elementos de integración con sistemas corporativos, módulos).
- Pruebas: Pruebas del nuevo sitio con una precarga limitada de datos.
- Migración de los contenidos del actual sitio y de los contenidos que se hayan incorporado durante las Fases previas del proyecto
- Textos e imágenes: Carga de textos e imágenes definitivas en dos idiomas.
- Integración de contenidos alojados en sitios externos. Integración y vinculación de los contenidos del Área de Educación alojados en otros servicios, especialmente los vídeos del canal de Youtube
- Puesta en explotación: Publicación del nuevo sitio.
- Mantenimiento: 12 meses de mantenimiento perfectivo y evolutivo.

#### 4.11 Plazos

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

El plazo máximo para la puesta en producción del nuevo sitio es de 9 meses contados a partir de la fecha indicada en la firma del contrato.

El seguimiento del proyecto se realizará con una herramienta de gestión de proyectos online.

#### 4.12 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.

- Manual y tutorial para los usuarios
- El adjudicatario deberá especificar en su propuesta el alcance y contenido de la documentación que entregará al finalizar el proyecto.

#### 4.13 Formación

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

- Formación de administración del CMS
- Formación de gestión de contenidos
- Formación de gestión de plantillas
- Formación técnica
- El adjudicatario deberá especificar en su propuesta el alcance y duración de la formación propuesta.

#### 4.14 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 del sitio. 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	24

#### 4.15 Garantía

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