

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Contratación del servicio de asistencia técnica “Diseño e implementación de una plataforma digital turística de Tierra Estella y sus contenidos” del Plan de Sostenibilidad Turística “Tierra Estella maitia-Abraza nuestra tierra”, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado por la Unión Europea-Next Generation EU.

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.	OBJETO Y ALCANCE DEL PROYECTO	5
2.1	CREACIÓN Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA DIGITAL	6
2.2	FOTOGRAFIA Y VIDEOGRAFIA	7
3.	DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A REALIZAR	8
3.1	CREACIÓN Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA DIGITAL	8
	Fase 0: Coordinación, Análisis de Requerimientos y Conceptualización	8
	Fase 1: Diseño	9
	Fase 2. Desarrollo y puesta en producción de la web	10
a)	Gestor de contenidos (CMS)	10
	Características:	11
	Gestión y Requisitos del CMS	11
1.	Seguridad y control de acceso	12
2.	Gestión y presentación de contenidos	12
3.	Herramientas de administración	13
4.	Zonas privadas y automatización	13
5.	Flujo Editorial y Gestión Avanzada de Contenidos	13
6.	Gestión de Contenidos en Masa	13
7.	Soporte Multilingüe	13
8.	Soporte para Sub-Portales	14
b)	Mapas interactivos	14
	Experiencia de usuario	15
	Adaptación a móvil	15
	Ficha de recurso turístico	16
	Otras funcionalidades	17
	Analítica de visitas:	17
	Panel de gestión	17
	Carga de contenidos y generación:	18
c)	Contenidos	18
d)	DAM - Gestión de Contenidos Multimedia	19
	Requisitos Clave del DAM	19

e)	Integración de la web con Facebook, instagram, youtube y tiktok	20
f)	Analítica web y monitorización de funcionalidades	21
g)	Chatbot inteligente	21
h)	Área profesional. Perfiles de personas usuarias	21
i)	Maquetación y programación	22
j)	Alojamiento, arquitectura y dominio	23
k)	Posicionamiento, accesibilidad y seguridad	23
	Optimización técnica para SEO	23
	Analítica web y medición de impacto	24
	Accesibilidad y normativa.....	24
l)	Pruebas y control de calidad	24
m)	Documentación y soporte	24
	Fase 3: MANTENIMIENTO.....	25
	Fase 4: FORMACIÓN.....	25
	Garantía de los trabajos.....	25
	Seguridad de la Información	26
3.2	FOTOGRAFIA Y VIDEOGRAFIA	26
	Fase 1. Preproducción: Planificación y Estrategia	26
	Fase 2: Producción. Captura de contenido (fotografía y videografía)	27
	Fase 3: Edición y Postproducción de Contenido Audiovisual	28
	Fase 3: Incorporación del contenido audiovisual al DAM	29
	Fase 4: Presentación de los productos finales	29
4.	PLAZO DE EJECUCIÓN.....	29
5.	ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS MATERIALES Y PERSONALES	31
	5.1 Compromiso de adscripción de medios materiales	31
	5.2 Compromiso de adscripción de medios personales	31
6.	CONDICIONES DE EJECUCIÓN.....	33
	6.1 Propiedad intelectual y confidencialidad	33
	6.2 Tratamiento de textos e imágenes.....	34

1. INTRODUCCIÓN

La Asociación TEDER es la entidad encargada de gestionar el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino de Tierra Estella, financiado por los Fondos europeos de recuperación y resiliencia. Con fecha 14 de diciembre 2022 fue adoptado en Conferencia Sectorial de Turismo el acuerdo por el que se fijaban los criterios de distribución territorial, así como el reparto resultante para las comunidades autónomas del crédito destinado a la financiación de actuaciones de inversión por parte de entidades locales en el marco del Componente 14 Inversión 1 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Las intervenciones incluidas en el PLAN TERRITORIAL DE LA COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA suponían una asignación de fondos por importe de 27.280.000 euros. De esa cantidad, 4.740.000 euros corresponden al Plan de Sostenibilidad Turística en Destino de Tierra Estella.

Este Plan pretende impulsar el turismo en Tierra Estella integrando en su oferta la sostenibilidad medioambiental, socioeconómica y territorial, contribuyendo a posicionar el destino como parte de la oferta navarra. Y ello, a través de un posicionamiento consensuado entre las entidades turísticas y el sector privado de carácter multi-producto, con un plan de acción muy elaborado y participado, y un sistema de gobernanza y gestión que guíen a buen puerto la nueva etapa de la comarca.

Entre los objetivos específicos del Plan se encuentra el de mejorar de forma equilibrada los productos de turismo natural y cultural y enogastronómico, potenciando el turismo experiencial como ligazón entre los anteriores. La diversidad climática, biogeográfica, del relieve y del poblamiento de la comarca, configuran a Tierra Estella como una Navarra a escala, donde es posible, en muy pocos kilómetros, articular una oferta variada en cuanto a recursos y productos (naturales, culturales, turismo activo, enogastronómicos).

Se trata de apostar por un destino incluyente en el que es posible tener experiencias diversas que atraigan esa parte de la demanda que busca no una especialización sino un equilibrio en su experiencia turística, basado en una oferta multiproducto de calidad, convivencial y sostenible

Mantener una comunicación unificada del destino es clave para fortalecer su identidad y reconocimiento en el mercado. Gracias a un contenido atractivo y bien estructurado, la plataforma podrá captar la atención de distintos perfiles de visitantes, asegurando que cada usuario encuentre propuestas alineadas con sus intereses y expectativas.

Tierra Estella ya dispone de una web turística www.turismotierraestella.com que engloba toda la oferta turística del destino, que se deberá tener en cuenta en el desarrollo de los trabajos. Así mismo, TEDER dispone de otra página web que contiene abundante información agroalimentaria de la comarca www.alimentosconestrella.com que habrá que tener en cuenta y valorar la conveniencia de integrarla, con las modificaciones adecuadas, en la web turística de Tierra Estella.

Con esta asistencia técnica pretendemos crear una nueva web turística más competitiva de cara al visitante, para mejorar en la experiencia online y una mejora en la visualización de la oferta turística actual. Una plataforma web al servicio de la inspiración, promoción y/o comercialización turística que permita gestionar el contenido y actualizarlo de una forma más ágil y operativa de cara tanto al turista como al gestor. También pretendemos que la plataforma web disponga de funcionalidades tales como un sistema de gestión de activos digitales (DAM) integrado, chatbot, mapas interactivos, calendario de eventos, etc. La visualización optimizada de imágenes, videos y recursos digitales, será un elemento fundamental, para contribuir significativamente a la

promoción y fortalecimiento de la identidad turística del territorio, permitiendo un acceso ágil a servicios, experiencias de viaje y otros elementos que enriquecen la experiencia tanto para residentes como para visitantes. La web mostrará la identidad de la nueva marca que se ha diseñado para el destino.

Además, al potenciar la visibilidad del destino y mejorar la interacción con el usuario, esta solución digital se convierte en un recurso fundamental para consolidar la presencia y competitividad del territorio en el mercado turístico.

También se propone adaptar en una sola web espacios diferenciados a modo de “microsite” o “subhomes” para productos específicos que permitan atraer y mejorar los índices de turismo en la comarca. Nos referimos a los productos que se están diseñando:

- Tierra Estella Medieval, que aglutina los recursos patrimoniales,
- Turismo activo y cicloturismo
- Turismo geológico
- Sabores con estrella, para todo el ámbito enogastronómico, para lo que se analizará y revisará la web www.alimentosconestrella.com. En este caso se valorará la oportunidad de integrarla en la web turística o mantenerla como página independiente.

El contenido multimedia es esencial en una web de estas características, que contará además con el sistema DAM que habrá que alimentar con las recursos multimedia existentes o que se produzcan con otras asistencias técnicas y con otros recursos nuevos. Por ello la asistencia contempla la generación de nuevo contenido audiovisual para los recursos turísticos del destino que es especifican en el anexo.

También se busca un alojamiento seguro, accesible y con arquitectura escalable del sitio web, garantizando tiempos de carga rápidos, capacidad para soportar un volumen considerable de tráfico, y un dominio que represente al destino turístico de manera adecuada y profesional.

De este modo, este proyecto busca:

- Crear una plataforma digital innovadora, enfocada en mejorar la gestión y presentación de contenido visual a través de una organización eficiente de imágenes, videos y otros materiales y optimizar la experiencia del usuario al facilitar la planificación de actividades y visitas, proporcionando un acceso centralizado a toda la información turística.
- Generar el contenido necesario para la web y para los recursos turísticos del territorio, tanto audiovisual como narrativo.

2. OBJETO Y ALCANCE DEL PROYECTO

En base a lo anterior, el proyecto tiene tres partes diferenciadas, aunque entrelazadas e íntimamente relacionadas entre sí:

- Trabajos relacionados con la creación y diseño de la plataforma digital y sus contenidos
- Trabajos relacionados con la creación de un banco de contenido audiovisual compuesto por imágenes y videos que reflejen la esencia del destino.

El alcance de los trabajos a realizar en cada una de estas áreas es el siguiente:

2.1 CREACIÓN Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA DIGITAL

Objeto:

Este proyecto tiene como finalidad el diseño, desarrollo e implementación de una plataforma web que unifique la información turística del destino bajo la marca turística del destino, permitiendo a los usuarios identificar fácilmente **los recursos turísticos** y fomentando la promoción del territorio. Se pretende conseguir una web inspiradora y funcional que proporcione a turistas y excursionistas información actualizada y relevante para planificar su viaje y personalizar su experiencia en el destino

La web incorporará herramientas esenciales, con margen para que las empresas licitadoras propongan mejoras adicionales. **Algunas de las funcionalidades clave incluirán:**

- Mapas interactivos con los principales recursos turísticos identificados, así como los senderos digitalizados desarrollados en el marco del PSTD
- Un sistema de gestión de archivos digitales DAM para organizar, almacenar y compartir recursos visuales, como imágenes y videos, de manera eficiente.
- Categorización del contenido coherente con la estrategia del destino: Naturaleza (Espacios naturales, cicloturismo, turismo activo), Cultura (Tierra Estella Medieval), Enogastronomía, Turismo geológico, etc., sin perder de vista que una de las mayores riquezas de Tierra Estella son sus pueblos, por lo que se tendrá en cuenta a la hora de diseñar la plataforma la manera de mostrar información sobre ellos.
- Integración de digitalización turística ya existente.
- Apartado de calendario de eventos, con un sistema compatible con agenda y experiencias de visitnavarra.es
- Plataforma de reservas o acceso a servicios turísticos con enlaces directos a reservas en plataformas oficiales.
- Posibilidad de marcar favoritos.
- Chatbot inteligente para asistencia personalizada y acceso rápido a información relevante, facilitando la gestión de contenidos tanto para visitantes como para el equipo de desarrollo turístico.
- Información y categorización de los recursos turísticos de Tierra Estella, que estarán etiquetados con códigos QR que dirijan a información sobre el recurso turístico en cuestión de forma amena y práctica y enlace con los diferentes recursos del entorno, bien redirigiendo a los apartados de la plataforma en donde se encuentre la información, bien a archivos descargables con la información del recurso.
- Formulario de contacto
- Espacio web de identidad corporativa, con la marca del destino, descarga de logos y manual de identidad con reglas de uso.
- Etc.

Los trabajos incluirán la elaboración de los contenidos necesarios para la web, parte del trabajo que consideramos esencial.

Alcance de los trabajos:

A continuación, se señala de forma sucinta el alcance de la prestación objeto de los trabajos a ejecutar por parte del adjudicatario:

- Revisión de las webs turísticas actuales de Tierra Estella, como <https://turismotierraestella.com>, <https://alimentosconestrella.com>, así como del resto de páginas turísticas del Destino de ámbito más local, como <https://tierrasdeiranzu.com>, <https://urederra.amescoa.com/>, etc.
- Planificación y conceptualización de la nueva WEB. Definición de las funcionalidades, configuraciones y parametrizaciones de la página conforme a los requisitos del Pliego.
- Desarrollo integral del sitio web, incluyendo la implementación del DAM, chatbot, mapas interactivos, selector de favoritos, calendario de eventos turísticos y culturales, etc.
- Diseño, maquetación y programación.
- Creación, entre otros, de los apartados “Tierra Estella Medieval”, “Sabores con estrella” (valorando la opción de integración o de mantener una página independiente), Tierra Estella geológica y Tierra Estella activa
- Implantación de un gestor de contenidos. Desarrollo y maquetación.
- Propuesta de contenidos turísticos con los que nutrir la WEB, en formato gráfico, texto y video.
- Redacción de todos los contenidos turísticos, así como traducciones profesionales de los mismos.
- Elaboración de toda la información asociada a los recursos turísticos que se etiqueten con códigos QR (alrededor de 400)
- Infraestructura tecnológica: alojamiento, arquitectura y adquisición y registro de dominio.
- Optimización para posicionamiento, accesibilidad y seguridad.
- Monitorización y control de estadísticas.
- Creación de toda la documentación de la plataforma, diccionario de datos de la base de datos, tablas relacionadas, configuración, instalación en los servidores, manuales de uso del gestor de contenidos, así como de los desarrollos que se tengan que realizar.
- Formación técnica y funcional. Se persigue facilitar a los gestores de la web turística la gestión y la actualización dinámica del contenido en función de los datos de navegación de los usuarios, optimizando así la administración del sitio.

Las prestaciones indicadas constituyen un proyecto llave en mano. En consecuencia, no podrán realizarse ofertas que contengan en su propuesta un número de horas estimadas para los diferentes trabajos que conlleva la ejecución del contrato, ni precios de horas adicionales para cumplir con las prestaciones objeto del contrato, por cuanto están completamente incluidas en el precio del contrato. En ningún caso se admitirán facturaciones adicionales por cualquiera de estos conceptos y por ningún otro que tenga relación con el objeto del contrato.

2.2 FOTOGRAFIA Y VIDEOGRAFIA

Objeto:

Este trabajo tiene como objetivo la creación de un banco de contenido audiovisual compuesto por imágenes y videos de los recursos turísticos que se relacionan en el anexo. Este material será clave para campañas de promoción y difusión turística en los ámbitos local, regional e internacional, fortaleciendo la presencia digital, la visibilidad y el posicionamiento del destino.

El trabajo también incluirá la creación de los textos descriptivos de cada recurso, tal y como se indica en el apartado anterior, que deberán tener rigor histórico, científico y técnico, y adaptado a un público amplio. La dirección de los trabajos proporcionará a la adjudicataria el material del que dispone de cada uno de los recursos.

El contenido generado se integrará en diversas herramientas de comunicación, como fichas para la plataforma DAM, mapas interactivos y elementos accesibles mediante códigos QR. El desarrollo de estos trabajos deberá alinearse con la Marca y la Estrategia de Marketing de Tierra Estella, garantizando la coherencia con las acciones en curso y contemplando todas las actividades necesarias para su correcta ejecución, además de posibles mejoras propuestas por las empresas licitadoras.

Alcance de los trabajos:

Para ello, se deberán llevar a cabo las siguientes acciones:

- Preproducción para el contenido audiovisual con una agenda y cronograma del contenido a realizar de localizaciones y acciones.
- Producción de contenido audiovisual de alta calidad de cada uno de los recursos
- Selección y edición de material audiovisual para su inclusión en el banco de contenidos.
- Implementación de un sistema de organización y almacenamiento eficiente que facilite el acceso y la gestión del banco de imágenes y videos.
- Provisión de horas de apoyo creativo para adaptaciones y actualizaciones futuras del banco.

Sin perjuicio de lo anterior y del detalle de cada uno de estos apartados que se realiza más adelante, para la realización satisfactoria del objeto del contrato, se considerarán las mejoras que puedan proponer los licitantes. Adicionalmente, la empresa adjudicataria designará un Director de Proyecto que informará regularmente sobre el progreso mediante al menos dos reuniones mensuales, asegurando una comunicación efectiva entre ambas partes.

3. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A REALIZAR

3.1 CREACIÓN Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA DIGITAL

Para la realización de la web se establecen las siguientes fases de trabajo:

Fase 0: Coordinación, Análisis de Requerimientos y Conceptualización

En esta fase se definirá la estrategia y estructura del sitio web, estableciendo objetivos, métricas clave, contenidos y diseño. Se realizará en coordinación con la asistencia técnica encargada de la Marca y Estrategia de Comunicación. A partir del análisis detallado realizado por esta del contexto

del destino, se identifican las necesidades de los turistas y se desarrollan los primeros prototipos y diseño visual del sitio.

Las actividades esenciales de esta fase incluyen:

- **Reuniones estratégicas** con las partes involucradas (entidad contratante y empresas adjudicatarias del contrato de Marca y Estrategia de Comunicación) para definir los requisitos específicos tanto del sitio web y sus micrositos, del sistema DAM, etc.
- **Evaluación de los recursos existentes**, incluyendo las páginas web <https://turismotierraestella.com>, <https://alimentosconestrella.com>, y el resto de webs turísticas del destino, un inventario detallado de fotos, videos y otros materiales multimedia, además de identificar posibles carencias en la información turística disponible.
- **Definición de funcionalidades clave** como mapas interactivos, DAM, chatbot, calendario de eventos, soporte multilingüe (euskera, castellano, francés e inglés), así como secciones dedicadas a noticias, eventos, blog y enlaces a información de contacto.
- Análisis y selección de los recursos turísticos del destino (se estima que alrededor de 400) sobre los que habrá que trabajar en la elaboración de contenidos previstos en el apartado c) de la Fase 2.

Esta fase es clave para garantizar que el desarrollo del sitio web se base en una estrategia sólida, centrada en las necesidades del visitante y en la identidad del destino.

Fase 1: Diseño

En esta etapa, la empresa adjudicataria presentará una propuesta de diseño para la aprobación de la entidad contratante. El objetivo es desarrollar una interfaz visual atractiva y una experiencia de usuario fluida e intuitiva, que incentive la exploración de los contenidos turísticos.

Las tareas mínimas a desarrollar incluyen:

- **Análisis de tendencias en diseño web** para destinos turísticos, garantizando una propuesta moderna y eficaz.
- **Creación de mockups**, presentando **al menos dos alternativas de diseño** para que la entidad contratante pueda elegir la más adecuada.
- **Elaboración de prototipos interactivos** para visualizar la navegación y funcionalidades clave antes de la implementación.
- **Desarrollo de una guía de estilos**, asegurando coherencia en colores, tipografías y elementos gráficos.
- **Diseño del calendario interactivo**, optimizando la visualización de eventos y actividades.

- **Creación de elementos gráficos** como imágenes, banners y otros recursos visuales para enriquecer la web.
- **Adaptación del contenido a cuatro idiomas:** euskera, castellano, francés e inglés.
- **Uso de tipografías y logotipos** en línea con los manuales de identidad corporativa establecidos en el contrato de Marca
- **Optimización del formato y tratamiento de textos**, alineados con la estrategia de marketing definida en el Plan de Marketing

Esta fase es clave para sentar las bases visuales y funcionales del sitio web, asegurando una plataforma alineada con la identidad del destino y las expectativas de sus usuarios.

La dirección de la asistencia técnica proporcionará a la empresa adjudicataria documentación sobre la nueva marca turística del destino, con su Manual de Identidad Corporativa y la estrategia de marketing, que deberán ser tenidas en cuenta en el diseño y en el desarrollo del resto de trabajos.

Fase 2. Desarrollo y puesta en producción de la web

Se detallan a continuación los detalles y requisitos de:

- a. Gestor de contenidos.
- b. Mapas interactivos
- c. Contenidos
- d. DAM - Gestión de Contenidos Multimedia
- e. Integración de la web con Instagram, Youtube y Tiktok
- f. Analítica web y monitorización de funcionalidades
- g. Chatbot inteligente
- h. Área profesional. Usuarios
- i. Maquetación y programación
- j. Alojamiento, arquitectura y dominio
- k. Posicionamiento, accesibilidad y seguridad
- l. Pruebas y control de calidad
- m. Documentación y soporte

a) Gestor de contenidos (CMS)

Elegir el gestor de contenidos adecuado es un paso clave en el desarrollo del nuevo portal. Esta decisión es crítica, ya que determinará la estructura y organización de la información, priorizando siempre la funcionalidad y una navegación intuitiva.

Es fundamental diseñar una arquitectura de la información que facilite el acceso a los contenidos, organizándolos en secciones y categorías bien definidas. El objetivo es construir un sistema sólido,

flexible y eficiente, que además sea fácil de gestionar para cualquier usuario, incluso sin conocimientos técnicos.

Características:

El gestor de contenidos seleccionado deberá contar, como mínimo, con las siguientes características:

- **Robustez y eficiencia:** Capaz de gestionar una gran cantidad de contenidos con un nivel medio-alto de complejidad.
- **Código abierto y personalizable:** Debe pertenecer a la categoría *open source* y permitir una total personalización.
- **Alto rendimiento:** Integración con un sistema de caché incorporado, que optimice la velocidad y contribuya al sistema global de caché del portal.
- **Gestión flexible y sencilla:** Interfaz intuitiva que facilite la administración de contenidos sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.
- **Seguridad y evolución:** Capacidad de actualización constante para corregir vulnerabilidades y mejorar funcionalidades.
- **Fiabilidad y respaldo:** Contar con una trayectoria consolidada y reconocimiento dentro de la comunidad de desarrolladores.
- **Optimización SEO:** Diseñado para ser fácilmente indexado por los principales motores de búsqueda.
- **Integración con redes sociales:** Facilita la difusión de contenidos en diversas plataformas digitales.
- **Experiencia multi-canal:** Correcta visualización y adaptación del contenido a diferentes dispositivos y medios.
- **Interoperabilidad:** Posibilidad de integrarse con sistemas de información de Turismo de Navarra y webs locales.
- **Agenda de eventos:** Capacidad para incorporar en la web eventos provenientes de otras plataformas.
- **Chatbot inteligente integrado:** Desarrollo e implementación de un asistente virtual interactivo.
- **Accesibilidad:** Cumplimiento con el estándar WCAG 2.1 en nivel AA para garantizar una navegación inclusiva. Se adjunta al pliego un documento de la Fundación Ideas sobre accesibilidad web que deberá tenerse en cuenta.
- **Generación de formularios:** Herramienta integrada para la creación y gestión de formularios personalizados.

Gestión y Requisitos del CMS

Cualquier actualización en la plataforma deberá seguir un proceso estructurado para garantizar su correcto funcionamiento:

1. **Entorno de preproducción:** Las actualizaciones se implementarán primero en un entorno de pruebas.
2. **Validación previa:** Se deberá obtener la aprobación de la entidad contratante antes de proceder.

3. **Paso a producción:** Una vez validadas, las actualizaciones se trasladarán al entorno real.

El CMS elegido será la herramienta central para la gestión de todos los contenidos y secciones del portal. Para garantizar su eficiencia, debe cumplir con las siguientes condiciones:

- **Expansión sin modificar el código nativo:** Debe permitir el desarrollo de nuevos componentes sin alterar su núcleo.
- **Compatibilidad con plugins y APIs de terceros:** Debe facilitar la integración con herramientas externas para ampliar sus funcionalidades.
- **Autonomía en la gestión:** La administración del sitio debe ser sencilla e independiente, permitiendo a los usuarios realizar ajustes básicos sin necesidad de intervención del equipo de desarrollo.

El CMS seleccionado por el adjudicatario deberá cumplir con los siguientes estándares para asegurar un rendimiento óptimo:

1. *Seguridad y control de acceso*

- **Sistema de control de acceso:** Debe permitir la asignación granular de permisos y roles, asegurando que cada usuario solo acceda a la información que le corresponde. Este control no solo debe aplicarse a nivel de URL, sino también a elementos específicos como menús, bloques de información, multimedia o datos concretos.
- **Auditoría de modificaciones:** Cada contenido debe registrar una traza con las operaciones de creación, modificación y eliminación, incluyendo la fecha y el usuario responsable.
- **Control de revisiones:** Algunos contenidos deberán contar con la opción de restaurar versiones anteriores en caso de modificaciones.

2. *Gestión y presentación de contenidos*

- **Estructura flexible:** La presentación del contenido debe seguir estándares tecnológicos que separen los datos del diseño, permitiendo múltiples formatos sin necesidad de personalización adicional por parte de los gestores.
- **Motor de plantillas:** Debe facilitar la implementación de nuevos diseños reutilizando plantillas existentes.
- **SEO y posicionamiento en buscadores:** Integración automática de metadatos en cada contenido para mejorar su visibilidad en buscadores, con opción de edición manual.
- **Generación de URLs amigables** tanto para buscadores como para los usuarios.

3. Herramientas de administración

- **Integración con otras plataformas:** Debe permitir la conexión con bases de datos, motores de búsqueda, newsletters y otros servicios para facilitar tareas como carga masiva, indexación de contenidos y envíos de correos electrónicos.
- **Experiencia de gestión intuitiva:**
 - Creación y modificación de contenido de forma autónoma.
 - Uso de un sistema basado en componentes reutilizables para distintas secciones del sitio.
 - Editor WYSIWYG para la creación de textos enriquecidos con listas, tablas y enlaces.
 - Posibilidad de previsualizar contenido antes de su publicación.

4. Zonas privadas y automatización

- **Área privada:** Espacios con contenido restringido donde los usuarios autenticados pueden interactuar con recursos exclusivos, con opción de edición o descarga si es necesario.
- **Automatización de publicaciones:** Programación de fechas de validez y expiración para los contenidos.

5. Flujo Editorial y Gestión Avanzada de Contenidos

- **Flujo editorial:** El CMS deberá permitir que un usuario autorizado pueda crear o modificar contenido en modo “borrador”. Este contenido no será visible públicamente hasta que un usuario con los permisos adecuados apruebe su publicación.
- **Accesibilidad:** Se integrarán herramientas y utilidades que garanticen el cumplimiento de los estándares de accesibilidad en el sitio y en los contenidos generados.

6. Gestión de Contenidos en Masa

El sistema deberá permitir operaciones masivas sobre conjuntos de contenido seleccionados según criterios específicos. Se procurará implementar sistemas de IA para facilitar las tareas. Entre las funciones contempladas se incluyen:

- Publicación y despublicación de contenidos.
- Clasificación y reclasificación.
- Modificación de atributos de uno o varios elementos.
- Importación y exportación de contenidos.
- Validación de URLs.
- Eliminación masiva de contenidos.

7. Soporte Multilingüe

- **Traducción de contenidos:** El CMS deberá permitir la traducción de páginas y elementos específicos, así como la adaptación de formatos de números, moneda, fecha

y hora. También deberá soportar la orientación de texto para idiomas RTL (de derecha a izquierda).

- **Detección de idioma:** La selección de idioma podrá realizarse de forma automática a través de la URL de acceso, las preferencias del navegador o mediante una opción manual en la página.
- **Idiomas iniciales:** El sistema deberá cargar el contenido en euskera, castellano, inglés y francés, con capacidad para incorporar nuevos idiomas en el futuro.

8. Soporte para Sub-Portales

El CMS deberá permitir la creación de sub-portales que compartan la base del portal principal, pero con contenidos y URLs propias, gestionándose de forma independiente sin afectar la estructura general. Inicialmente, no será obligatorio que cada sub-portal tenga su propia base de datos, pero el sistema deberá estar preparado para soportar esta opción si fuese necesario.

Se presentará un informe motivado de la plataforma propuesta que cumpla todos estos requisitos y será aprobada la entidad contratante.

La seguridad debe ser un componente fundamental en el nuevo portal. La administración del sitio web estará sujeta a la identificación satisfactoria de las personas usuarias en la aplicación, de forma que ningún usuario anónimo o visitante pueda realizar tareas de gestión de contenidos, personas usuarias o estructura, por ejemplo. En este punto, en caso de actualizaciones de seguridad, se deberá contar con un mecanismo que permita notificar a los administradores de este evento.

Se debe garantizar una nueva arquitectura de la información en la que se priorice la funcionalidad y la navegabilidad, facilitando el acceso a los contenidos. Se debe organizar los contenidos del sitio en secciones y categorías generando una estructura sólida, flexible, eficiente, ordenada y fácil de administrar por personas usuarias sin conocimientos técnicos.

b) Mapas interactivos

La web incorporará una herramienta para la divulgación de los recursos turísticos y patrimoniales de nuestro destino a través de mapas interactivos digitales temáticos.

Estos mapas temáticos deberán estar diseñados para retener a los usuarios, animándolos a explorar y descubrir los diferentes aspectos del destino.

Permitirá a los técnicos del Destino generar un número ilimitado de mapas interactivos con un número ilimitado de contenidos de manera totalmente autónoma.

- Los mapas generados podrán ser integrados a través de un código HTML+JS embebible en la página web turística del Destino. También podrán ser enlazados en páginas web y compartidos en redes sociales. Ofrecerá de un generador de códigos QR asociado a cada uno de los mapas generados.

- Los mapas deberán incluir cartografías actualizada en modo: mapa de carreteras/calle, ortofoto y curvas de relieve.
- Los mapas generados por la herramienta soportarán simultáneamente los idiomas castellano, euskera, inglés y francés. Los usuarios podrán conmutar entre un idioma y otro.
- La imagen gráfica de los mapas (tanto las interfaces de usuario como la cartografía) deben ser acordes a la imagen gráfica de la web.

Experiencia de usuario

Se busca una experiencia de usuario focalizada en el marketing (y no como mero inventariado y geolocalización de recursos), con el fin de que el visitante dedique tiempo a explorar y descubrir el destino. Por tanto, se debe ofrecer una exploración rápida, fluida y con una rápida curva de aprendizaje. Para ello se deberán aplicar técnicas del siguiente estilo:

1. Los mapas mostrarán combinaciones de lugares y rutas. Habrá también fotos de las zonas exploradas. Al pasar el ratón sobre una foto, el mapa indicará dónde se encuentra ese lugar. Además, al seleccionar un lugar o ruta en el mapa, se mostrará su foto y una breve descripción de este lugar.

2. Interacción Instantánea: Al interactuar con elementos del mapa o de la galería (como fotos o puntos del mapa), aparecerá instantáneamente una descripción breve sin necesidad de clicar. Un clic o un segundo toque revelará más información sobre ese elemento.

3. La información se jerarquizará de la siguiente manera:

Nivel 1: Información Emocional. Siempre visible, incluirá la imagen representativa de un destino turístico y su ubicación.

Nivel 2: Información Ejecutiva. Visible al pasar el ratón sobre el icono en el mapa o sobre la foto en la galería. Consistirá en una frase o párrafo breve.

Nivel 3: Información Completa. Al hacer clic en el icono o imagen, se mostrará una ficha detallada, centrando el mapa en ese recurso.

4. Retorno al Punto de Exploración: Después de consultar la información de Nivel 3, el usuario regresará al punto exacto del mapa desde donde accedió a esa información, con el mismo nivel de zoom y detalles.

5. Agregación de Contenidos: En áreas con muchos recursos turísticos, se usarán iconos agregadores en el mapa. Al pasar el ratón sobre estos iconos, se mostrarán los recursos agrupados, permitiendo una exploración más fácil y organizada.

Adaptación a móvil

Cuando se acceda desde móvil, los mapas deberán visualizarse con el aspecto y experiencia de usuario similar a la de una APP.

Ficha de recurso turístico

Cada recurso susceptible ser presentado en el mapa deberá contar con al menos estos campos de información en cada una de las lenguas mencionadas:

- *Título*
- *Categoría de contenido (se podrán definir de manera dinámica un número ilimitado de categorías)*
- *Resumen ejecutivo*
- *Contenidos HTML*
- *Fotografía principal*
- *Galería de fotografías*
- *Latitud, Longitud y nivel de zoom óptimo para su visualización cuando se acceda a la ficha.*
- *Tipo de mapa que se deberá visualizar (calles, curvas de relieve, ortofoto).*
- *Datos de contacto (dirección postal, teléfono, horarios de apertura, email, web, ...)*
- *URL para un botón de reserva*
- *URL para un botón de saber más.*
- *Precio*
- *Archivo KML con información geográfica que se podrá superponer sobre el mapa cuando se acceda al recurso.*
- *Otros recursos de interés relacionados con este (puntos de interés del recurso: por ejemplo Parking, acceso a playa, restaurante próximo...).*

Al acceder a cualquier recurso no solo se mostrará esta información, sino que el mapa se centrará y hará zoom al nivel indicado.

En el caso de las rutas se incluirá, además:

- *Track en formato GPX o KML de la ruta*
- *Longitud*
- *Duración*
- *Desnivel ascendente*
- *Desnivel descendente*
- *Punto de comienzo*
- *Punto de finalización*
- *Circular: sí/no*

En este caso, se generará automáticamente a partir del archivo GPX/KML un perfil de altitud interactivo. Cuando se interactúe con él, se visualizará en el mapa el punto geográfico al cual se corresponde el punto altimétrico y viceversa.

También se facilitará la descarga del archivo del Track por parte del usuario.

Además, se podrá realizar un **vuelo libre interactivo 3D** por el recorrido de la ruta para conocer mejor los detalles del relieve de estas. Este se iniciará con una animación del recorrido y podrás ser a posteriori explorado libremente. Este vuelo 3D se generará automáticamente a partir del track de la ruta.

Otras funcionalidades

- Posibilidad de definir filtros iconográficos específicos por cada mapa. El tiempo de respuesta de estos filtros debería ser casi inmediato.
- Posibilidad de generar mapas de rutas temáticas: los lugares/rutas presentes en el mapa podrán opcionalmente aparecerán conectados entre sí con un recorrido en un orden definido por los técnicos. El recorrido podrá ser aportado de forma manual en formato KML, pero también se podrá generar de manera automática uniendo los puntos del recorrido entre sí. Entre punto y punto se podrá seleccionar qué tipo de recorrido se desea:
 - Línea recta
 - Arco
 - Adaptación del recorrido a carreteras existentes
 - Dibujo manual del recorrido
- Posibilidad de contextualizar cualquier mapa con un título, foto introductoria, y texto HTML conformando una sencilla página web compatible en redes sociales.
- Integración en los mapas del sistema Google StreetView.
- Integración en los mapas de una herramienta que calcula las direcciones paso-a-paso para llegar a cualquiera de los recursos mostrados en el mapa.
- Posibilidad de superponer sobre cualquiera de los mapas generados un KML con información geográfica.
- Mecanismo de Importación masiva de contenidos a partir de archivos Excel/CSV.
- Exportación del inventario de recursos presente en mapa en formato Excel.
- Juego de APIs que permitan importar y exportar contenidos para aplicaciones de terceros.

Analítica de visitas:

Los mapas podrán integrar un código de Google Analytics del cliente de manera que se puedan contabilizar los accesos y tiempos de permanencia a ellos, así como las aperturas de contenidos. Se registran ciertos eventos como son la interacción con las fichas con más información.

Panel de gestión

Se facilitarán tantos usuarios y contraseñas coma hagan falta para gestionar los contenidos de la herramienta de generación de mapas. A través de un sencillo panel de gestión, los técnicos del ayuntamiento o, quien estos decidan, podrán:

- Crear/modificar/eliminar mapas.
- Crear/modificar/eliminar/clasificar recursos turísticos y rutas.
- Crear/modificar formas de categorizar los recursos turísticos.

Los contenidos se podrán dar de alta en las lenguas que se precisen.

Carga de contenidos y generación:

Si bien los técnicos podrán ser autónomos a la hora de generar mapas ilimitados y añadir contenidos ilimitados en los 4 idiomas, el servicio de dar de alta y generar en la plataforma incluirá:

- Hasta 20 mapas temáticos
- Hasta 500 recursos para mostrar en estos mapas.

Los contenidos estarán disponibles en la web (páginas web y PDF descargables) para su extracción y posterior integración en la herramienta de mapas.

Se deberá apoyar al equipo responsable de la web turística del destino para la integración elegante de los mapas en la página web.

c) Contenidos

Se trata de una parte fundamental del trabajo de la asistencia técnica.

La WEB tiene que ser inspiradora, con excelente usabilidad y accesibilidad y utilizar potentes instrumentos visuales, de mapas, gráficos y de video como lo hacen las páginas web de destinos competidores. No debe ser un repositorio de información sino un lugar inspirador que acompaña al turista por todas las fases de su viaje: la inspiración, la planificación, la reserva, el viaje, y el recuerdo post-viaje.

El contenido expuesto en la web debe cumplir en todo momento con la Norma UNE 178503:2019. Destinos turísticos inteligentes. Semántica aplicada al turismo (Asociación Española de Normalización, 2019). Por ello, la elaboración del diseño de contenidos se realizará con criterios de marketing turístico mediante jerarquización de productos, la definición de segmentos de clientes objetivo y la adaptación de los contenidos a los diferentes productos y mercados. Esta organización de contenidos se realizará siguiendo las indicaciones que se indiquen por la asistencia técnica encargada de la Marca. Estrategia de Marketing y Comunicación

La web se nutrirá inicialmente del contenido de las páginas web existentes www.turismotierraestella.com y www.alimentosconestrella.com. También se procurará incluir contenido del resto de páginas web del destino, para lo que la empresa licitadora deberá contactar con sus propietarios para conseguir las autorizaciones necesarias. Por su parte el licitador deberá presentar como parte de su oferta una propuesta de base de datos y redacción de contenidos de textos e imágenes suficientes con los que complementar la WEB, incluyendo nuevas propuestas relativas a creación de videos cortos para apartados específicos y otras piezas audiovisuales de mayor duración, tales como entrevistas a personajes relevantes, reportajes sobre eventos y acontecimientos destacados, información sobre los recursos, etc.

Los contenidos deberán ser de calidad, dinámicos, de interés y relevantes y estarán siempre georreferenciados.

De manera más concreta, el adjudicatario deberá redactar los siguientes textos:

- Todos los textos de la plataforma y sus diferentes apartados
- Las correspondientes a las fichas de los recursos turísticos (seleccionados en la fase 0) que se incluirán en los mapas interactivos. Estos textos deberán describir cada recurso de una manera sencilla, original, atractiva y rigurosa. Se estima que habrá que elaborar la descripción de alrededor de 400 recursos. La dirección de los trabajos aportará la información de que disponga al respecto, y en concreto las descripciones realizadas dentro del producto Tierra Estella Medieval (alrededor de 80 recursos descritos), Tierra Estella Geológica (alrededor de 50 lugares de interés geológico), Rutas, etc.
- Los textos descriptivos de cada uno de los núcleos de población del destino que reflejarán los principales recursos turísticos con que cuentan.
- Los textos que acompañarán a la información de cada recurso identificado con un código QR

d) DAM - Gestión de Contenidos Multimedia

Este apartado establece los requisitos técnicos esenciales para el desarrollo e implementación de una **Plataforma de Contenidos Multimedia** (DAM), integrada en la web del destino paraguas. Su objetivo es proporcionar un espacio de almacenamiento, consulta y descarga de recursos visuales de alta calidad, accesible exclusivamente para profesionales registrados (previo login).

El DAM servirá como un repositorio estructurado de imágenes y videos relacionados con lugares, eventos y temáticas específicas, facilitando su uso para comunicación, turismo y promoción.

Requisitos Clave del DAM

- **Integración nativa** con el CMS, permitiendo la gestión fluida de activos digitales desde la web.
- **Gestión avanzada de activos digitales**, incorporando inteligencia artificial (IA) para el procesamiento de lenguaje natural, imágenes y videos, asegurando una clasificación eficiente y reutilización en múltiples proyectos web.
- **Accesibilidad desde el CMS**, permitiendo que los activos digitales sean fácilmente localizables y utilizables en la gestión de contenidos.
- **Categorización automática de contenidos**, con un sistema de etiquetado inteligente que asigne metadatos relevantes de manera automática.
- **Búsqueda avanzada**, permitiendo localizar archivos de manera precisa mediante palabras clave. Por ejemplo, si un usuario busca “familia en la montaña con un perro”, el sistema deberá ofrecer resultados relevantes en segundos, diferenciando calidades y formatos.
- **Sistema de etiquetado híbrido**, combinando etiquetas automáticas generadas por IA con etiquetas personalizadas para mejorar la precisión en las búsquedas.

El sistema de categorización y búsqueda de activos digitales utilizará un **enfoque híbrido** de etiquetado para garantizar una organización eficiente y una rápida recuperación de los contenidos multimedia.

- ***Etiquetado por Metadatos***

Se aprovechará la información integrada en cada fotografía o video, incluyendo:

- **Ubicación geográfica**, permitiendo búsquedas por localización.
- **Detalles técnicos del dispositivo** utilizado para la captura, como modelo de cámara, resolución y parámetros de imagen.

Estos metadatos serán esenciales para **automatizar la clasificación** de los archivos y facilitar su organización.

- ***Etiquetado Automático con Inteligencia Artificial***

La IA analizará el contenido visual de las imágenes para asignar etiquetas descriptivas de manera automática.

Se identificarán objetos, personas y elementos relevantes dentro de cada imagen o video.

Las etiquetas generadas estarán en **castellano** y facilitarán la búsqueda rápida y precisa de recursos multimedia.

- ***Etiquetado Manual por Editores***

Permitirá a los editores asignar etiquetas personalizadas basadas en su conocimiento.

Será especialmente útil para **Añadir detalles específicos** que la IA pueda no reconocer, como nombres de eventos concretos o referencias culturales Y **PARA Modificar y validar etiquetas generadas automáticamente** para mejorar la precisión en la clasificación.

Los editores podrán revisar, ajustar y priorizar las etiquetas aplicadas a cada archivo, asegurando una correcta organización del contenido.

Este sistema híbrido garantizará una gestión eficiente del DAM, optimizando la experiencia de búsqueda y recuperación de archivos multimedia.

e) Integración de la web con Facebook, instagram, youtube y tiktok

El portal web deberá integrarse con Facebook e Instagram para fomentar la participación del público en redes sociales mediante herramientas visibles y accesibles en la web, como botones, banners o secciones específicas.

Si en el análisis de buyers persona se determina que TikTok es un canal clave, también se integrará esta plataforma.

Elementos clave de la integración:

- Enlaces a los canales de redes sociales oficiales.
- Conectores o componentes que permitan distribuir contenidos publicados en Facebook, Instagram, TikTok y YouTube (por ejemplo, últimos posts o videos incrustados de YouTube).

- Componentes para compartir contenidos de la web en redes sociales.

f) *Analítica web y monitorización de funcionalidades*

Se deberá implementar herramientas de análisis web para que los gestores puedan obtener información detallada sobre el comportamiento de los usuarios, midiendo y analizando parámetros como:

- Número de visitas en un periodo determinado.
- Tasa de rebote.
- Páginas más visitadas.

Requisitos adicionales:

- Tracking completo de las visitas en el portal.
- Configuraciones personalizadas (por ejemplo, exclusión de ciertos roles o URLs del análisis).
- Integración con herramientas cualitativas que permitan visualizar el comportamiento de los usuarios mediante mapas de calor, scroll y clicks.
- Información descargable en formatos como PDF o Excel.
- Posibilidad de transferencia de datos a una plataforma de inteligencia de datos externa para interoperabilidad.

g) *Chatbot inteligente*

Se requiere una herramienta de chat online (chatbot) para responder consultas de potenciales visitantes, proporcionando información personalizada sobre el destino.

Funciones clave:

- Respuestas automáticas basadas en inteligencia artificial.
- Personalización de respuestas según el perfil del visitante.
- Recopilación y análisis de datos de interacción para mejorar la experiencia del usuario.

h) *Área profesional. Perfiles de personas usuarias*

Las personas profesionales del sector sean del sector público o privado deben tener un apartado por el que pueden logearse y acceder a su versión del DAM según permisos de su nivel de usuario para descargar fotos, videos, folletos.

La web diferenciará dos grupos de personas usuarias: internos o externos. Cada grupo, a su vez, contará con roles específicos que establecerán los permisos y accesos dentro de la plataforma. Los perfiles son acumulables, lo que permite que una misma persona usuaria pueda tener varios roles asociados.

Perfiles de personas usuarias internas

Administración:

- Dispone de permisos para la gestión del portal general.

- Puede realizar cualquier acción en el portal, incluyendo la creación y gestión de subportales.
- Gestión de personas usuarias.
- Publicación de contenidos en todo el portal y sus subportales.

Administrador de contenidos:

- Tiene acceso a toda la información sobre los contenidos publicados en el portal (de todo o de una parte)
- Puede syndicar los contenidos en otras zonas del portal.
- Accede a un listado completo de contenidos publicados.

Publicadores de contenidos:

- Disponen de permisos para publicar contenidos en el portal.

Traductores:

- Disponen de permisos para traducir los contenidos del portal en todos los idiomas disponibles.

Perfiles de personas usuarias externas:

- Personas usuarias externas que desean ver, consultar recursos o descargarlos, dependiendo de los permisos asignados.

Identificación de personas usuarias de la aplicación

Para asegurar la identidad de las personas usuarias, se requerirá un nombre de usuario y contraseña para la autenticación en la aplicación.

El proceso de inicio de sesión llevará al usuario identificado a la sección del portal correspondiente según su perfil de usuario y los roles y permisos previamente asignados.

i) Maquetación y programación

Las páginas web deben desarrollarse utilizando **HTML5 y CSS3**, garantizando un diseño **adaptativo (responsive)** para su correcta visualización en distintos dispositivos. El código de la web será validado con el responsable informático de la entidad licitadora, asegurando su mantenimiento tras la finalización del contrato.

Maquetación de materiales gráficos como newsletters, especiales y otros contenidos en **HTML5 y CSS3**, según las solicitudes del responsable de turismo de cada destino y sendero. El código será validado con el responsable informático de la entidad licitadora para garantizar su continuidad tras el contrato.

Implementación de **plugins en JavaScript y jQuery** en los distintos portales, mejorando su funcionalidad y diseño visual.

Integración de **web services en SOAP y JSON** para el intercambio de información entre plataformas y sitios web, tanto internos como externos (reservas en marcas blancas, sindicación de contenidos, etc.).

Pruebas y optimización del sitio web, con el objetivo de detectar y corregir errores en la programación.

j) Alojamiento, arquitectura y dominio

El CMS desarrollado por la empresa adjudicataria deberá estar basado en PHP y permitir la conexión con bases de datos en SQL. Además, el HTML5 y CSS3 empleados deben ejecutarse del lado del cliente. A través de una intranet, la entidad licitadora podrá continuar gestionando y ampliando la web sin restricciones ni vulnerabilidades una vez finalizado el contrato.

Se aplicará una arquitectura MVC para garantizar mayor seguridad y estandarización del código.

El hosting del sitio web durante la ejecución del contrato será de tipo servidor dedicado, ya sea físico o en la nube.

El servidor privado virtual (VPS) y el dominio será de nivel superior genérico y serán contratados por la entidad licitadora a nombre de TEDER, con el presupuesto del presente contrato que cubra al menos tres años.

Antes de la contratación del dominio, se propondrán a la dirección de los trabajos propuestas de posibles dominios que estén libres para elegir aquél que mejor se adapte a los objetivos del proyecto.

k) Posicionamiento, accesibilidad y seguridad

Implementación de estrategias de **SEO** para mejorar el posicionamiento en buscadores desde la fase de desarrollo y mantenimiento de los portales. La plataforma contará con capacidades SEO optimizadas, incluyendo **etiquetado correcto, estructura organizada y compatibilidad con búsqueda por voz**. Además, integrará **canales de social media** y herramientas de **analítica web** para el análisis del comportamiento del usuario (UX/UI).

Uso de **estándares tecnológicos como HTML5/CSS3**, combinados con otras tecnologías como **portlets, web services y APIs** para garantizar la integración y el correcto funcionamiento en diferentes capas de la plataforma.

Web optimizada para **SEO y responsive**, con una estructura jerárquica de URLs, criterios de **usabilidad y accesibilidad**, así como mantenimiento SEO mensual.

Optimización técnica para SEO

- Configuración de **cabeceras HTTP** (404, 301, 503, etc.).
- Inclusión de **metadatos** (title y meta description) en todas las páginas.
- Configuración de **meta robots** con etiquetas como noindex, nofollow, noarchive, nocache, index, follow, según cada tipología de página.
- Implementación de **atributos lang, alternate, hreflang y x-default** para sitios multiidioma.
- Integración de un **selector de idioma** para enlazar versiones en diferentes idiomas.
- Configuración de URLs **canónicas** para evitar duplicaciones y mejorar el SEO.
- Posibilidad de marcar enlaces internos como **nofollow**.

- Generación y mantenimiento de archivos **robots.txt** y **sitemap.xml**, con estructura segmentada por tipología e idioma.
- Configuración del **buscador interno** para generar URLs con noindex, follow, y bloqueo en robots.txt con disallow.
- Implementación de **schema markup** en determinadas páginas y opción de integración vía JSON.

Analítica web y medición de impacto

- La plataforma contará con un sistema de generación de informes y gráficos que permitirá medir:
 - **Accesos por día, franja horaria, sección o página.**
 - **Páginas más visitadas** y tiempo medio de navegación.
 - **Número de clics necesarios** para llegar a un contenido específico.
- Se mantendrá un **histórico de datos** y se podrán generar informes detallados en formato **CSV**.
- Implementación de **herramientas de webmaster** para la creación de sitemaps y corrección de errores de enlaces.
- Optimización continua en **velocidad de carga y tamaño de archivos**.

Accesibilidad y normativa

- La web debe contar con un **Menú de Accesibilidad** para facilitar la navegación, adaptándose a diferentes perfiles de usuario.
- Creación de un **directorio de recursos, empresas y servicios turísticos** con información detallada sobre accesibilidad en cada destino y sendero. Se implementará un **motor de búsqueda** para filtrar prestaciones de accesibilidad sin prejuzgar la accesibilidad de un recurso o servicio.
- Cumplimiento con la normativa vigente en **accesibilidad web**:
- **Real Decreto 1112/2018** sobre accesibilidad de sitios web y aplicaciones móviles del sector público.
- **Decisión de Ejecución (UE) 2021/1339** y la norma **UNE-EN 301549:2022**, que incorpora los criterios A y AA de **WCAG 2.1**.
- Se tendrá en cuenta el documento que figura como anexo sobre accesibilidad web elaborado por la Fundación Ideas.
- Más información en: [Accesibilidad Administración Electrónica](#).

l) Pruebas y control de calidad

- **Ejecución de pruebas** funcionales, de usabilidad y rendimiento para garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad.
- **Corrección de errores y optimización** con base en la retroalimentación de los usuarios de prueba.

m) Documentación y soporte

- **Desarrollo de manuales y documentación técnica** para el uso y mantenimiento del sitio web y del sistema DAM.
- **Lanzamiento y soporte post-implementación**, incluyendo:

- **Publicación del sitio web y sistema DAM** en el entorno de producción con estabilidad y seguridad garantizadas.
- **Monitoreo y resolución de incidencias** durante las primeras semanas tras el lanzamiento.
- **Plan de mantenimiento y actualización periódica** para asegurar la continuidad y evolución del sistema.

Fase 3: MANTENIMIENTO

La empresa adjudicataria se encargará del mantenimiento del sistema durante tres años, garantizando su correcto funcionamiento desde el día siguiente a la recepción oficial de los desarrollos. Este mantenimiento incluye:

- **Mantenimiento correctivo:** Asegura la operatividad del sistema y sus interfaces. Se establecen tres niveles de incidencia:
 - Crítica: Impide el funcionamiento básico. Resolución en 16 horas laborables.
 - Urgente: Afecta funciones adicionales. Resolución en 48 horas laborables.
 - Ordinaria: No afecta funciones críticas. Resolución en 3 días laborables.

Actividades incluidas:

- Análisis y diagnóstico del problema.
 - Implementación de soluciones y pruebas.
 - Puesta en producción y documentación del proceso.
 - Registro y clasificación de incidencias en un máximo de 120 minutos en horario laboral.
- **Mantenimiento preventivo:** Se realizarán revisiones periódicas para detectar posibles fallos, optimizar seguridad, rendimiento y estructura del sistema. Se implementarán herramientas de monitorización y pruebas de carga para evaluar la respuesta de la plataforma.

Fase 4: FORMACIÓN

Se ofrecerá un programa formativo dirigido a los diferentes usuarios encargados de la gestión de la web y otras herramientas. El plan incluirá manuales y documentación técnica, **asegurando al menos 16 horas de formación práctica**, previendo formación grupal y mentorías individuales.

La propuesta incluirá un programa de formación para las personas que deben gestionar y usar (personas usuarias internos) esta web, los mapas interactivos, DAM (gestión y manejo de archivos), etc de cara a comprender y aprender a usar todas las funcionalidades previstas en la solución.

Garantía de los trabajos

Los desarrollos estarán garantizados por tres años contra errores del sistema. Durante este periodo, la empresa adjudicataria proporcionará mantenimiento correctivo, preventivo y evolutivo en las condiciones establecidas.

Los desarrollos tendrán una garantía de tres años de duración contra errores del sistema que se detecten durante la explotación de la plataforma.

La fecha de inicio de la garantía comienza al día siguiente del acta de recepción de los desarrollos puestos en producción.

Durante el plazo de garantía la empresa adjudicataria realizará el mantenimiento preventivo, evolutivo y correctivo de todo el sistema en las condiciones indicadas en este pliego.

Seguridad de la Información

El adjudicatario deberá cumplir estrictamente con las siguientes normas durante la ejecución del proyecto:

- No introducir software ajeno a la entidad contratante.
- No divulgar estructuras de carpetas, archivos ni aplicaciones personalizadas.
- No difundir sistemas de seguridad existentes o planificados.
- No revelar información obtenida de los sistemas de la entidad ni la documentación accesible.
- Mantener en secreto todas las contraseñas, propias y de los sistemas.
- Respetar y promover las medidas de seguridad establecidas.
- No conectarse a redes o sistemas externos sin autorización escrita.
- Realizar conexiones externas solo mediante VPN autorizadas o fuera de las redes de la entidad.
- No instalar dispositivos de comunicación sin permiso escrito.
- No extraer información sin consentimiento expreso.
- Si se usa equipamiento propio, borrar permanentemente cualquier dato extraído antes de retirarlo.
- Formatear los equipos de la entidad antes de su retirada, con aprobación escrita.
- Mantener la confidencialidad sobre las instalaciones de los edificios incluidos en el contrato.

3.2 FOTOGRAFIA Y VIDEOGRAFIA

Este apartado detalla las fases y entregables que la empresa adjudicataria deberá proporcionar como parte del contrato, de manera que el destino pueda contar con suficientes fotografías y videos en línea con la marca, la estrategia de marketing y contenido. Los entregables se clasifican en distintas fases del proyecto, abarcando desde la propuesta inicial hasta la implementación y seguimiento estratégico.

Fase 1. Preproducción: Planificación y Estrategia

Se establecerá una coordinación constante con la entidad contratante y los responsables del proyecto para definir las tomas prioritarias y los puntos de interés clave.

Como primer paso, se llevará a cabo una reunión inicial con la dirección de los trabajos y la asistencia técnica de marketing para que la empresa adjudicataria conozca en detalle los buyers persona definidos en la estrategia de marketing y comunicación, así como los valores y la narrativa

de marca establecidos. Esto permitirá alinear los objetivos y la dirección creativa de las imágenes y videos con la identidad del destino.

Se analizará el material fotográfico y videográfico existente y el previsto en otras asistencias técnicas del PSTD.

Se analizará el listado completo de recursos, municipios, eventos y experiencias de que dispone TEDER y se seleccionarán aquellos que deberán ser fotografiados y grabados en video. Esta parte se hará coincidir con la Fase 0 del apartado anterior.

En base a todo ello, la empresa adjudicataria diseñará un calendario aproximado de realización de los trabajos. Se procurará, en aras de la eficiencia, planificar adecuadamente la realización del contenido audiovisual de manera que se optimicen los desplazamientos.

Fase 2: Producción. Captura de contenido (fotografía y videografía)

Desarrollo de sesiones de fotos y grabación de videos en los puntos de interés seleccionados. Realización y entrega de un reportaje fotográfico compuesto por:

Nº mínimo de imágenes y videos a entregar para mapa interactivo, DAM, QR:

- **Fotografías producto turístico:** Al menos 800 fotografías de los recursos seleccionados en la fase anterior
- **Videos:** Al menos 80 videos, incluyendo videos filmados con dron, con una duración de entre 30" y 60" (30 videos) y entre 15" y 30" (50 videos)

Especificaciones técnicas de los videos y fotografías:

Fotografías:

- **Resolución mínima:** 300 dpi para uso impreso y digital.
- **Formato:** JPEG y PNG, con la máxima calidad y versatilidad en ediciones futuras. La empresa adjudicataria se compromete a almacenar los archivos RAW por una duración de 3 años, pudiéndosele requerir su entrega en cualquier momento dentro de ese plazo.
- **Tamaño:** Las imágenes deberán ser lo suficientemente grandes para impresiones de hasta A1 y optimizadas para su uso en redes sociales.

Videos:

- **Calidad:** Alta definición (mínimo Full HD 1080p), asegurando claridad y detalle.
- **Duración:** la especificada anteriormente.
- **Formato de exportación:** MP4 (alta definición) y MP4 (optimizado para web y RRSS) con versiones optimizadas para cada plataforma (e.g., diferentes resoluciones y relaciones de aspecto).

La captura del material visual deberá ajustarse a los siguientes criterios:

- Se realizarán tomas en diversas condiciones de luz y en escenarios que reflejen la riqueza

natural y cultural del destino.

- Las imágenes deben ser atractivas, originales e innovadoras, con la capacidad de transmitir emociones positivas.
- Se emplearán distintos encuadres, composiciones y exposiciones para lograr un resultado visual impactante. Además, el material debe destacar por su creatividad, el nivel de dificultad en la captura y la variedad de temáticas representadas.
- No se permitirá el uso de imágenes o videos generados por inteligencia artificial ni material proveniente de bancos de imágenes y videos. El contenido relacionado con la marca y el destino deberá ser de producción propia. En caso de que alguna imagen sea adquirida a otro profesional, se deberá proporcionar el nombre completo del autor o autora. La empresa adjudicataria asumirá toda responsabilidad legal derivada del uso de dichas imágenes, debiendo demostrar la titularidad de estas mediante los correspondientes documentos de cesión, compra o adquisición.

Se tendrá especial cuidado con que las imágenes y vídeos:

- Si aparecen personas, con ropa atemporal, neutra, sin marcas comerciales visibles, sin estridencias (salvo necesidad imperiosa), maquillajes y peinados naturales, etc.
- Sean sugerentes, evocadoras, emocionales y con luz natural, siendo tomas luminosas sin procesamientos, desaturaciones ni filtros reconocibles.
- Muestren escenas naturales, espontáneas, creíbles y no forzadas.
- No pueden ser imágenes y videos generados por inteligencia Artificial.
- Se deberán tomar en el lugar donde un turista iría a disfrutar.
- No muestren elementos poco deseables como vehículos, obras, grúas, suciedad, escenas inapropiadas, tendidos eléctricos, etc.

Fase 3: Edición y Postproducción de Contenido Audiovisual

En esta fase, se llevará a cabo la selección, edición y optimización del material capturado para garantizar la máxima calidad y coherencia con la identidad visual y narrativa del destino.

Se entregarán al menos al menos 4 ejemplos de fotografías y 4 de videos para revisión, y VºBº de la dirección de la asistencia técnica.

Selección del material: Revisión de todas las imágenes y videos capturados para elegir los más representativos y alineados con los objetivos estratégicos del proyecto.

Edición: Todas las fotografías se entregarán editadas. En cuanto a los videos, al menos los 30 videos largos (entre 30 y 60 segundos) deberán estar editados profesionalmente con texto y audio. En esta edición se tendrá en cuenta la edición necesaria para personas con discapacidad visual y de audio (subtítulos, alt text, etc). Se realizará un proceso de edición profesional, incluyendo música y narración alineada a la marca para la creación de piezas audiovisuales con cortes dinámicos, transiciones fluidas y optimización de sonido.

La música utilizada estará libre de derechos y reforzará la narrativa turística del destino,.

Para el color, se realizarán ajustes profesionales que resalten los tonos naturales de los paisajes y atractivos turísticos.

Opcionalmente se incorporarán subtítulos o elementos gráficos cuando sea necesario, como logotipos, etiquetas o textos explicativos, respetando siempre la línea de diseño establecida en la estrategia de marca.

Se adaptará el contenido a diferentes formatos y plataformas (redes sociales, web, material promocional, señalética, etc.), garantizando su versatilidad y fácil integración en distintos medios.

Revisión y ajustes finales en coordinación con la entidad contratante y el equipo de marca y marketing, asegurando que el contenido cumpla con los estándares de calidad y los objetivos del proyecto.

Fase 3: Incorporación del contenido audiovisual al DAM

En esta fase se deberá incorporar al DAM creado todo el material fotográfico y videográfico producido, asegurando que todo el material quede correctamente etiquetado con los metadatos adecuados.

Fase 4: Presentación de los productos finales

Presentación de los productos finales a Teder de la entrega de todos los archivos en formatos necesarios.

Resultados:

1. **Banco de imágenes y videos** listos para ser usados en campañas promocionales.
2. **Documento que incluya** un listado exhaustivo de las imágenes numeradas, en el cual se especifique como mínimo:
 - Número de imagen
 - Título de la imagen
 - Nombre de la ubicación
 - Nombre de la especie si compete
 - Ubicación del lugar donde se realizó la fotografía
 - Fecha de captura de cada fotografía o estación
 - Tipo de producto conforme a lo definido (tipo naturaleza, gastronomía, cultura, deporte...)

4. PLAZO DE EJECUCIÓN

La duración estimada para la ejecución del proyecto es de 9 meses. Los entregables deberán generarse de acuerdo con los siguientes plazos máximos:

ENTREGABLE	PLAZO DE ENTREGA A CONTAR DESDE LA FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO
Plan de trabajo del proyecto web. Cronograma Plan detallado de localizaciones y calendario fotos y video Propuesta de dominios para la plataforma	2 semanas
Entrega de 4 fotografías y vídeos para realizar comprobaciones	1 mes
Propuesta de diseño web. Documento de diseño técnico. Documento descripción del sistema. Especificación detallada de la solución técnica propuesta con todos los componentes y funcionalidades, software necesario, esquemas y gráficos complementarios que la definan.	2 meses
Banco multimedia	3 meses primera entrega, que se corresponderá con el 25% del contenido total exigido. A partir de entonces, mensual
Web funcional con todas las funcionalidades: DAM, chatbot, mapas interactivos, etc....	6 meses
Plan de formación usuarios internos web	7 meses
Manual de instalación. Manual de administración. Manual de usuario. Manual de estilos. Código fuente resultante de la implantación, así como de cualquier actualización de versión o modificaciones que se produzcan durante la vigencia del contrato, en su caso.	8 meses
Documentación técnica y Memoria justificativa de cierre del proyecto de la plataforma digital - manuales de configuración y especificaciones. - Procedimientos de mantenimiento (actualizaciones, seguridad, etc.) y operación. - Procedimientos de copias de seguridad - Plan de pruebas. - Informe de resultado del Plan de pruebas. - Gestión del cambio y capacitación - Informes de las acciones de formación realizadas (sesiones, asistentes, contenido, incidencias, encuesta de satisfacción, etc.) a todas las personas usuarias. - Documentación utilizada en las sesiones de capacitación Fotografía y videografía: - Documento solicitado en la fase 4	9 meses

No se prevé la posibilidad de prórroga

5. ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS MATERIALES Y PERSONALES

5.1 Compromiso de adscripción de medios materiales

La empresa adjudicataria proporcionará todos aquellos medios materiales necesarios para la correcta ejecución del contenido de los trabajos. En particular, la empresa adjudicataria deberá disponer de los equipos y programas informáticos necesarios para la adecuada realización de los trabajos.

Todos los recursos materiales y, en particular, equipos, material fungible y otros necesarios para la realización de los trabajos, deberán ser aportados por la empresa adjudicataria y deberán ser propiedad de aquel o, en su caso, poseer las correspondientes autorizaciones, licencias de uso o permisos necesarios. También será de su responsabilidad la elaboración de materiales y herramientas de comunicación.

Corresponderá al adjudicatario proporcionar la infraestructura (hardware, software, etc.) que sea necesaria para la correcta ejecución de los servicios comprendidos en el lote. De este modo, la empresa adjudicataria deberá proporcionar el soporte técnico necesario a su equipo de medios personales en todas las materias (móvil, ordenador portátil, software necesario para el desarrollo del proyecto, etc.), así como las comunicaciones de datos entre las dependencias desde las que el equipo designado realice el servicio.

La empresa adjudicataria será responsable de toda reclamación que pueda presentarse por terceros sobre estos conceptos contra la entidad licitadora del servicio habiendo de indemnizarle por todos los daños y perjuicios que para la misma puedan derivarse de la interposición de reclamaciones.

5.2 Compromiso de adscripción de medios personales

El equipo de trabajo que los licitadores oferten en su propuesta técnica corresponde al detallado a continuación, en el que se describen los perfiles requeridos para el desarrollo del contrato.

El equipo de trabajo incluirá personal cualificado para colaborar con la consecución de los objetivos del servicio y para el correcto desempeño de las tareas contratadas. La empresa adjudicataria facilitará en su oferta la relación de componentes del equipo de trabajo que ofrece, así como el personal clave que aporta, de modo que la estructura del equipo y el perfil profesional de sus componentes y su dedicación se adapten a las condiciones expuestas en este contrato y permita su correcta ejecución.

El equipo de trabajo estará compuesto por las mismas personas durante la duración del contrato, salvo las circunstancias excepcionales que así se determinen y que motiven la sustitución de alguno de sus componentes. En caso de sustituciones de las personas adscritas en la ejecución del contrato, deberá ser personal con los mismos requisitos de experiencia y formación.

Si durante la ejecución del contrato la empresa adjudicataria tuviese necesidad de cambiar alguno de los medios personales propuestos en la oferta, lo podrá hacer previa información a la entidad licitadora y con el acuerdo de ésta, sin que ello suponga menoscabo en la calidad de los trabajos o de las fechas comprometidas.

La entidad responsable del contrato se reserva el derecho a solicitar la sustitución de alguno o de todos los miembros del equipo cuando exista razón justificada para ello. Dicha petición deberá ser indefectiblemente atendida por la empresa prestataria del servicio.

Asimismo, la entidad licitadora designará la persona en la cual delegue como interlocutora con la empresa adjudicataria. Ésta será la persona responsable del contrato y ejecutará las tareas de seguimiento y control del proyecto.

El equipo de trabajo encargado de los trabajos estará compuesto por personas que cumplan con los siguientes perfiles profesionales, sin perjuicio de añadir los que la empresa considere necesarios para el correcto desarrollo de los trabajos

Responsable de proyecto

- Titulación universitaria en gestión de proyectos, turismo, informática, o áreas afines.
- Al menos 3 años de experiencia en proyectos similares, así como en la gestión y desarrollo de proyectos tecnológicos y turísticos en esta temática, con experiencia en trabajar con Scrum o similar, de forma que se garantice el correcto seguimiento del contrato.
- Se encargará de la coordinación, planificación y supervisión del contrato, asegurando el cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Perfil técnico 1 – Desarrollador/a web

- Al menos 5 años de experiencia en el desarrollo de sitios web utilizando tecnologías modernas (HTML5, CSS3, JavaScript).
- Será responsable de la programación del sitio web, asegurando su funcionalidad y adaptabilidad a diferentes dispositivos.

Perfil técnico 2 - Especialista en gestión de activos digitales (DAM)

- Al menos 2 años de experiencia en la implementación y gestión de sistemas DAM, librerías digitales, archivos fotográficos digitales con metabúsqueda, etc. en los 3 últimos ejercicios.
- Se encargará de la configuración del sistema de Gestión de Activos Digitales, asegurando la clasificación y recuperación eficiente de recursos multimedia.

Perfil técnico 3 – Licenciatura o Grado en Periodismo o Comunicación

- Al menos 3 años de experiencia en redacción de textos, reportajes y elaboración de contenidos divulgativos.
- Se encargará de la redacción de todos los contenidos especificados en el pliego.

Perfil técnico 4 - Especialista en contenido digital

- Al menos 2 años de experiencia en la creación y gestión de contenido digital en los 3 últimos ejercicios.
- Será responsable de la redacción y optimización de contenido textual y visual para el sitio web y el sistema DAM.

Perfil técnico 5 - Fotógrafo/a:

- Encargado/a de la captura de imágenes en alta calidad.

Perfil técnico 6 - Videógrafo/a:

- Responsable de la filmación de videos promocionales con experiencia en filmación de videos con dron

Perfil técnico 7 - Editor/a multimedia:

- Encargado/a de la postproducción y edición del material gráfico y audiovisual.
- Experiencia en otros 2 proyectos de generación de fotografías y videos para destinos turísticos en los 3 últimos ejercicios.

Estos 8 perfiles pueden ser cubiertos por 5 personas que cubran las mencionadas especificidades

6. CONDICIONES DE EJECUCIÓN

6.1 Propiedad intelectual y confidencialidad

La entidad contratante ostentará la propiedad intelectual del registro de la marca, así como la titularidad o cuando menos los derechos exclusivos de explotación, en los más amplios términos de todos los entregables, alojamientos, dominios, códigos fuente, elementos multimedia y gráficos, documentación, guiones y demás materiales relacionados con el desarrollo del presente contrato que puedan ser objeto de propiedad intelectual o industrial. Podrá utilizarlos, publicarlos y divulgarlos fuera de este contrato sin cargo ni necesidad de aprobación por parte de la entidad adjudicataria. La empresa facilitará a la entidad contratante la transición de contenidos y sistemas empleados, así como el acceso a los mismos.

La empresa adjudicataria y el personal asignado a la ejecución del contrato de este lote no podrá en ningún caso utilizar la información o documentación generada a la que tenga acceso para un fin distinto del indicado en el contrato, ni tampoco ceder a terceros ni tan siquiera a efectos de conservación. Los datos tratados serán propiedad exclusiva de la entidad licitadora.

Por otra parte, guardará en todo momento secreto profesional sobre la información y los documentos a los que tenga acceso o conocimiento durante la vigencia del presente contrato, quedando obligado a no enajenar o hacer pública la información que conozca en el marco de este. Igualmente, la empresa adjudicataria deberá cumplir lo establecido en Ley 3/2018 de 5 de diciembre de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.

Todos los documentos e informes en cualquiera de sus formatos elaborados por las empresas adjudicatarias como consecuencia de la ejecución del presente contrato serán propiedad exclusiva de la entidad licitadora, o cuando menos le corresponderá sobre los mismos los derechos exclusivos de explotación, en los más amplios términos que podrá utilizarlos, transformarlos, explotarlos, editarlos, publicarlos y divulgarlos total o parcialmente sin necesidad de aprobación por parte del adjudicatario.

La propiedad intelectual o cuando menos los derechos exclusivos de explotación de todos los entregables previstos, códigos fuente, elementos gráficos y de multimedia, documentación, etc. pasará a ser de la entidad licitadora. Aquellos elementos que tengan licencia de código abierto seguirán teniéndola.

La empresa adjudicataria está obligada a mantener la confidencialidad y reserva sobre todos aquellos datos y documentos relacionados con el contrato que maneje. La obligación de secreto profesional y confidencialidad obliga a las partes incluso una vez cumplido, terminado y resuelto el contrato.

6.2 Tratamiento de textos e imágenes

Las traducciones de textos al euskera e inglés deberán efectuarse mediante un servicio de traducción profesional, buscando la idoneidad y naturalidad en los diferentes idiomas.

La perspectiva de género estará presente en la creación y tratamiento de todos los textos, documentación, publicidad, imagen o materiales generados durante el contrato. La empresa adjudicataria deberá hacer uso de lenguaje inclusivo y no sexista en todas las redacciones propuestas, incluidos los documentos de trabajo presentados.

Asimismo, tendrá que evitar cualquier imagen discriminatoria o estereotipada de las mujeres y fomentar en su lugar valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Por otra parte, las memorias e informes presentados también contemplarán el enfoque de género en el tratamiento desagregado por sexo de los datos. El Área de Igualdad de la entidad contratante será la referencia para poder facilitar materiales e indicaciones a la empresa, así como aclarar dudas.

Las imágenes registradas y empleadas serán realistas y naturales, no pudiendo haber sido creadas por inteligencia artificial, buscando la autenticidad. Las que incluyan figurantes o modelos contemplarán la perspectiva de género, diferentes perfiles de personas, así como una indumentaria adecuada al escenario planteado. Se evitarán los contextos que resulten artificiales.

La página web tendrá en cuenta los estándares de accesibilidad y usabilidad requeridos por el artículo 40 de la Ley Foral 12/2018, de 14 de junio, de Accesibilidad Universal y la Ley Foral 31/2022, de Atención a Las PCD en Navarra.