

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN AL VISITANTE Y GESTIÓN DE LA RESERVA Y VENTA DE ENTRADAS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES EDUCATIVAS Y DIVULGATIVAS EN LÍNEA DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO.

1. OBJETO DEL CONTRATO

2. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS

- 2.1 Información
- 2.2 Gestión de la reserva y venta de entradas
- 2.3 Gestión de la reserva y venta de servicios y actividades
- 2.4 Ingresos y devoluciones
- 2.5 Desarrollo de la website de venta y reserva de entradas, servicios y actividades

3. CONDICIONES DEL SERVICIO

- 3.1 Horario
- 3.2 Personal y capacidades
- 3.3 Instalaciones

4. PROTOCOLO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO

- 4.1 Información
- 4.2 Gestión de la reserva y venta de entradas / gestión de la reserva y venta de servicios y actividades

5. CALIDAD DEL SERVICIO

6. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL SERVICIO

7. MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

- 7.1 Medidas de seguridad
- 7.2 Protección de datos

8. DURACIÓN DEL CONTRATO / PLAZO DE EJECUCIÓN

9. PRESUPUESTO DE LICITACIÓN

10. FORMA DE PAGO

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente contrato es la prestación del servicio de gestión del Centro de Atención al Visitante (en adelante CAV), del Museo Nacional del Prado y particularmente de:

- 1.1. **Información** al visitante por vía telefónica u otros canales de comunicación.
- 1.2. Gestión de la **reserva y venta de entradas** a la colección, exposiciones temporales y cuantas acciones programadas por el Museo requieran la adquisición de entrada.
- 1.3 Gestión de la **reserva y venta de servicios y actividades** de divulgación cultural y perfil académico del Museo Nacional del Prado.

2. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS

El CAV, para la correcta consecución del objeto del contrato que rige este pliego, deberá:

Garantizar el correcto ingreso de las cantidades correspondientes a la venta de las entradas, servicios y actividades antes citados en la cuenta del Museo Nacional de Prado que éste indique y gestionar las devoluciones pertinentes, previa aprobación del Museo Nacional del Prado.

Garantizar la correcta integración en el sistema de integral de taquilla del Museo Nacional del Prado de todas las operaciones que se deriven de la gestión de reserva y venta de entradas, servicios y actividades.

Desarrollar y gestionar una interfaz en línea de reserva y venta de entradas, servicios y actividades, bajo la supervisión y coordinación del Museo Nacional del Prado.

A continuación se desarrollan de forma pormenorizada cada uno de los trabajos a desarrollar:

2.1 Información

El CAV prestará los servicios de información acerca de la colección permanente, exposiciones temporales, programa de actividades, funcionamiento del Museo y cuantos asuntos considere el Museo que puedan ser objeto de información al visitante.

2.1.1 La información facilitada al usuario del servicio ha de estar siempre actualizada, supervisada y aprobada, igualmente en lo relativo horarios, régimen de precios, formas de acceso, organización de actividades, disponibilidad de plazas etc.

2.1.2 El CAV prestará el servicio de información al visitante a través de diferentes canales de comunicación, siendo el principal la atención telefónica por medio de operadores. El número de teléfono del CAV, será el 902 10 70 77. De igual modo, se han de utilizar otros canales de información alternativos como Internet, sms, telefonía móvil, fax, correo electrónico, etc... siempre previa autorización y aprobación por parte del Museo.

2.1.3 El adjudicatario tramitará las gestiones pertinentes para el traspaso de titularidad del número de teléfono del CAV, 902 10 70 77.

2.1.4 La herramienta de trabajo que el CAV empleará con el objetivo de tener la información precisa y actualizada en cada momento, será el manual de puesto (*argumentario*), documento en el que se plasmarán todas las informaciones y procedimientos

necesarios para la realización del servicio. El Museo diseñará y establecerá los criterios para la elaboración del mismo. Tener actualizado el documento será obligación del adjudicatario.

2.2 Gestión de la reserva y venta de entradas

El CAV realizará la gestión de la reserva y venta de entradas a la colección, exposiciones temporales y cuantas acciones programadas por el Museo requieran la adquisición de entrada a través de Internet y la línea telefónica 902 10 70 77, sin menoscabo de otros posibles canales de venta compatibles con el sistema de gestión.

2.2.1. El sistema de gestión de reserva y venta de entradas deberá permitir la venta y reserva de todas las modalidades de entradas resultantes de la combinación de los tipos de entrada en función del destino de la visita, los tipos de visitante, y los tipos de precios públicos.

2.2.1.1. Tipos de entrada en función del destino de la visita:

- Colección Permanente.
- Exposición temporal con control de aforo (con pase horario).
- Exposición temporal sin control de aforo.
- Campañas promocionales (noches del museo, noches de navidad, guía editada + visita, etc.....).
- Cualquier otro tipo de entrada o actividad que determine las necesidades del Museo.

2.2.1.2. Tipos de visitante:

- Individual:
En todas sus modalidades (dos visitas, bonificadas, tarjetas, abonos....)
- Grupo:
 - Turístico
 - Cultural
 - Educativo
 - Autorización especial con diferentes precios de acceso
 - Fuera de horario de apertura
 - Fundación de Amigos del Museo (FAMP)

2.2.1.3 Precios públicos aplicables a las entradas:

Los precios establecerán una tarifa:

- General
- Reducida
- Otros precios
- Gratuita

2.2.2 Régimen de acceso de visitantes: Cada uno de los tipos de visitante irá asociado a un aforo de disponibilidad de plazas creado para la perfecta convivencia de todos los tipos de visitante que diariamente acuden al Museo Nacional del Prado. El Museo establecerá en cada caso el régimen de visita en función del momento de afluencia de público a la Institución, en cuyo caso y de forma ordinaria se establecen los siguientes regímenes de acceso, pudiéndose establecer cuantos sean precisos si las necesidades del Museo así lo requiriesen:

- Régimen de acceso de visitantes ordinario
- Régimen de acceso de visitantes extraordinario
- Régimen de acceso de visitantes en momentos de máxima afluencia

2.2.3 Exposiciones temporales con control de aforo: En el caso de exposiciones temporales con control de aforo, se establecerá un régimen de acceso especial con cupo de plazas diferenciado,

pudiéndose dar el caso de tener una o varias exposiciones aforadas de forma simultánea, conviviendo de manera ordinaria los regímenes de acceso anteriormente citados en el punto 2.2.2 y los descritos para las exposiciones temporales.

Para el perfecto desarrollo de éste punto, el adjudicatario deberá contar con la implementación de un sistema de visualización de aforos que gestione los cupos de acceso según lo desarrollado en este punto. La disponibilidad de plazas en cada caso será establecida por el Museo Nacional del Prado. El sistema de visualización del aforo del Museo Nacional del Prado deberá permitir lo siguiente:

- La visualización de todos los aforos por tipo de visitante en tiempo real
- El aforo total, y el aforo por tipo de visitante
- La disponibilidad total y la disponibilidad por tipo de visitante
- Búsquedas libres entre fechas; por día, semana y mes
- Almacenamiento de históricos
- Conversión a diferentes formatos digitales

Los precios de las entradas y la gratuidad para cada uno de los fines descritos en el punto 2.2.1 y para los distintos tipos de visitantes, según punto 2.2.2, serán fijados en virtud a lo establecido en la Ley 46/2003, de 25 de noviembre, reguladora del Museo Nacional del Prado, y del Real Decreto 433/2004 de 12 de marzo, por el que se aprueba su Estatuto como Organismo Público.

2.3 Gestión de la reserva y venta de servicios y actividades

El CAV realizará la gestión de la reserva y venta de servicios y actividades de divulgación cultural y perfil académico del Museo Nacional del Prado a través de Internet y línea telefónica 902 10 70 77, sin menoscabo de otros posibles canales de venta compatibles con el sistema de gestión.

El sistema de gestión de reserva y venta deberá permitir la venta y reserva de las modalidades de actividades de carácter educativo, divulgativo y académico siguientes:

- Talleres infantiles
 - Programa educativo *El arte de educar*:
 - Visitas comentadas
 - Visitas dinamizadas
 - Visitas taller
 - Otros
- Talleres para adultos
- La Cátedra del Prado
- Cursos y jornadas, de arte u otras temáticas de interés
- Cursos para profesores
- Cursos *on line*
- Visitas de familias
- Actividades culturales
- Seminarios, encuentros.... Etc
- Espectáculos (Conciertos, teatro, cine, conferencias, etc...).
- Cualquier otro tipo de servicio o actividad que pueda requerir las necesidades del Museo

2.4 Ingresos y devoluciones

2.4.1. Ingresos

La empresa adjudicataria del contrato que regula este pliego deberá garantizar el correcto e inmediato ingreso de las cantidades correspondientes a la venta de las entradas, actividades y servicios cuya gestión se le confía en la cuenta bancaria del Museo Nacional de Prado que éste indique.

El Museo Nacional del Prado podrá, en caso de considerarlo oportuno, modificar la cuenta bancaria en cualquier momento de la duración del presente contrato, advirtiendo a la empresa de la modificación con dos días de antelación. La empresa deberá evitar que estas eventuales modificaciones provoquen interrupción del servicio.

2.4.2. Devoluciones

El adjudicatario gestionará las posibles devoluciones de los importes de entradas, servicios o actividades divulgativas que se puedan producir generadas por:

- Errores o fallos del sistema de gestión.
- Por razón de fuerza mayor, debidamente justificadas por el comprador.
- Por la imposibilidad de apertura del Museo.

2.4.2.1. La gestión de las posibles devoluciones se realizará de acuerdo a la siguiente secuencia:

- El primero de cada mes el adjudicatario enviará el correspondiente informe de devoluciones, en el que figure la liquidación de las devoluciones correspondientes al mes anterior, al Museo.
- Una vez comprobado y cotejado que las devoluciones del informe corresponden a las autorizadas por el Museo, éste realizará dentro de los primeros cinco días de cada mes un mandamiento de pago de devolución de ingresos en la cuenta del adjudicatario, correspondiente a la cantidad liquidada en concepto de devolución en el mes anterior.
- La tramitación de las devoluciones se realizará en todos los casos en un plazo máximo de 7 días. Estas operaciones deberán quedar registradas en la base de datos del Museo.

2.5. Desarrollo de la interfaz online de venta y reserva de entradas, servicios y actividades

El adjudicatario deberá desarrollar una interfaz de venta y reserva de entradas, servicios y actividades online que formará parte a modo de *frame* y aplicativo de su website institucional. El Museo podrá solicitar modificaciones en esta interfaz tantas veces lo considere oportuno en función de las ajustes en tipos de entradas, servicios y actividades que realice el Museo. La empresa adjudicataria estará obligada al desarrollo, integración, actualización, mantenimiento y gestión del mismo atendiendo a los siguientes criterios:

2.5.1. Diseño

2.5.1.1 El diseño del interfaz será facilitado por el Museo Nacional del Prado siguiendo el manual de estilo de su website institucional y atendiendo a las funcionalidades necesarias para la consecución por parte del usuario de la venta o reserva de entradas, servicios y actividades en toda su causalística.

2.5.1.2 La empresa adjudicataria estará obligada a la implementación de este diseño tras su validación de funcionalidad y usabilidad

2.5.2 Maquetación

2.5.2.1 Las plantillas necesarias para el desarrollo del *frame* y aplicativo será facilitadas por el Museo Nacional del Prado siguiendo los estándares y lenguajes de maquetación del website institucional.

2.5.3 Funcionalidad

2.5.3.1 Atendiendo a las necesidades del Museo de venta de entradas o servicios y al acceso rápido y directo a los servicios ofertados, la empresa adjudicataria, adaptará las funcionalidades de este aplicativo al diseño y plantillas realizado por el Museo para su posterior implementación.

2.5.3.2 El interfaz en línea de venta de reserva de entradas y servicios deberá ser, al menos, bilingüe (español/inglés) en sus contenidos a modo de páginas espejos multidioma.

2.5.4. Integración

El interfaz en línea de venta y reserva de entradas, servicios y actividades se integrará en la web del Museo Nacional del Prado a modo de *frame* en atendiendo a los criterios que marque el Museo Nacional del Prado tanto en ubicación dentro del website institucional como en funcionalidades del mismo.

2.5.4.1 El *frame* como interfaz de venta y reserva de entradas y servicios se regirá según los criterios detallados en el punto 7 del presente Pliego en lo referente a LOPD

2.5.4.2 La dirección URL del *frame* será www.entradasprado.com propiedad del Museo Nacional del Prado o cualquier subdominio dentro de la raíz museodelprado.es que considere el Museo

2.5.4.3. El mantenimiento del *frame* y del servicio se ajustará por la empresa adjudicataria a las Condiciones del Servicio, Protocolo de Prestación de Servicio, Calidad de Servicio y Características Técnicas del Servicio detalladas en los puntos 3, 4, 5 y 6 del presente Pliego.

3. CONDICIONES DEL SERVICIO

Las condiciones del servicio establecerá el horario durante el cual se prestará el servicio, así como las capacidades y del personal que lo prestará y las instalaciones donde se dará el servicio.

3.1 Horario

3.1.1 Información

El servicio de información se desarrollará todos los días del año, 24 horas al día con la particularidad a continuación descrita:

3.1.1.1 La información de carácter personalizado a través del canal telefónico mediante operador, de lunes a domingo en horario de 9:00 a 20:00 horas, excepto los días 25 de diciembre y 1 de enero.

3.1.1.2 Información no personalizada, sin operador, en horario de 20:01 a 8:59 horas y los días 25 de diciembre y 1 de enero.

3.1.2 Venta

3.1.2.1 El servicio de gestión, reserva y venta a través de Internet estará operativo las 24 horas del día todos los días del año. Este servicio podrá ser interrumpido únicamente por motivos de mantenimiento, previa consulta y aprobación por parte del Museo.

3.1.2.2. El servicio de gestión, reserva y venta vía telefónica tendrá el mismo horario que el servicio de Información: de lunes a domingo de 9:00 a 20:00 horas, excepto los días 25 de diciembre y 1 de enero.

3.2 Personal y capacidades

3.2.1 El adjudicatario contará con el personal necesario para la ejecución del contrato, estableciéndose al inicio de la prestación del servicio una planificación del número de efectivos destinados al mismo en función de las necesidades del Museo.

3.2.2 Dicho personal dependerá exclusivamente del adjudicatario, siendo el Museo ajeno a dichas relaciones laborales.

3.2.3. El adjudicatario queda obligado, con respecto a todo el personal que utilice en la ejecución del contrato, al cumplimiento de las disposiciones vigentes, singularmente en materia de legislación laboral, fiscal, de Seguridad Social y de Seguridad y Salud en el trabajo, así como al cumplimiento de las que puedan promulgarse durante la ejecución del mismo.

3.2.4. El incumplimiento de las obligaciones legales en materia de personal por parte del adjudicatario no implicará responsabilidad alguna para el Museo contratante.

3.2.5. El servicio debe ser desempeñado por un equipo profesional cualificado y motivado que sea consciente de la gran relevancia de su función. El personal en contacto con el público deberá tener una actitud positiva, caracterizada por buena educación, amabilidad, disponibilidad, profesionalidad, capacidad de respuesta y de comunicación, eficiencia y seriedad.

3.2.6. El servicio contará con un coordinador/a, al menos dos jefes/as de equipo y el número de efectivos necesario para prestar correctamente el servicio. El coordinador deberá estar siempre disponible para el Museo Nacional del Prado durante el horario de atención; los dos jefes de equipo deberán establecer turnos para que, al menos uno se encuentre de servicio durante el horario de atención al público. El sereno el que, por otra parte, no deberá disponerse de menos de 5 operarios/as de atención al público, en todo caso.

3.2.7. Tanto el coordinador, como los dos jefes de equipo deberá disponer de:

- Conocimientos relacionados con la atención al público.
- Conocimientos de marketing telefónico.
- Dominio del inglés y/o francés.

3.2.8. Para demostrar que el coordinador/a y ambos/as jefes/as de equipo disponen de estos conocimientos, la empresa adjudicataria deberá presentar como parte de su solvencia técnica sus currículos y justificar que disponen de conocimientos de inglés y/o francés, así como de marketing telefónico y atención al público en la manera en que se indique en el pliego de condiciones administrativas que rige este contrato.

3.2.9. En lo relativo al personal propuesto para atención al público, todas las personas que presten este servicio deberán dominar, además del castellano, el idioma

inglés o el francés, y poseer conocimientos relacionados con la atención al público y conocimientos de marketing telefónico. Durante el horario de atención al público, el 100 % del personal podrá atender al público en idioma castellano, al menos el 50% en idioma inglés y al menos el 50 % en idioma francés. El adjudicatario deberá presentar un compromiso de adscripción de medios, que avale estos requerimientos y las condiciones de prestación del servicio que se especifican en este punto 3. de este pliego y concretamente en sus apartados 3.2.6., 3.2.7., 3.2.8. y 3.2.9.

3.2.10. La coordinación de los trabajos será realizará directamente entre el coordinador de la empresa y la persona que determine el Museo Nacional del Prado.

3.2.11. El Adjudicatario deberá garantizar el correcto uso de los idiomas en la atención personalizada y la correcta traducción a los distintos idiomas de los contenidos de las distintas acciones. Las traducciones han de ser realizadas por profesionales con acreditación oficial, que deberán ser remitidas en todo caso al Museo, para su aprobación, antes de su puesta en práctica.

3.2.12. El adjudicatario deberá trasladar al Museo semanalmente una plantilla con la cobertura del servicio, donde se determinen el número de operadores del equipo en cada caso. De igual modo deberá planificar la cobertura del servicio en función de las necesidades del Museo.

3.2.13. Para su comunicación con el coordinador, el adjudicatario deberá poner a disposición del Museo un número de teléfono de uso interno, diferente al 902. El tiempo máximo de respuesta del coordinador a las llamadas del Museo será de 10 minutos. Además, el adjudicatario deberá ofrecer un teléfono especial para uso exclusivo de las taquillas del Museo y otro de emergencias disponible 24 horas.

3.3.14. El adjudicatario debe impartir obligatoriamente un curso de 20 horas de duración al personal de nuevo ingreso, en el que se le faciliten toda la información necesaria para el cumplimiento de sus funciones. Además, y con carácter obligatorio, debe desarrollar un plan de formación continua con el fin de mejorar la calidad de los Servicios, plan que ha de ser remitido al Museo con carácter semestral.

3.2.15. El adjudicatario procederá inmediatamente, a la sustitución del personal que resulte preciso de forma que la ejecución del contrato quede siempre asegurada, garantizando el nivel exigido de calidad del servicio. Se establece un tiempo máximo de 24 horas de respuesta, en los momentos que, por necesidades del servicio, haya que redimensionar el número de operadores.

3.3 Instalaciones

3.3.1 Las instalaciones donde se ubique el CAV dependerán íntegramente del adjudicatario.

3.3.2 Las instalaciones donde se ubique el CAV deberán contar con las condiciones exigidas por la normativa de Seguridad y Salud en el trabajo, para el cumplimiento de las funciones objeto del contrato.

3.3.3 Cada puesto de trabajo debe estar equipado de un aplicativo de información y gestión de venta y reserva en línea, que permita una visualización de la información en tiempo real y dote a todos los puestos de un acceso directo al *argumentario*, (documento que recoge toda la información clasificada para garantizar la misma respuesta y que ha de ser realizado entre el Museo y la empresa adjudicataria del servicio).

3.3.4 Cada puesto de trabajo debe estar equipado con un sistema de recepción de llamadas telefónicas que permita dar respuesta a los usuarios del servicio.

3.3.5. El adjudicatario facilitará al Museo la dirección de la sede social y la de sus delegaciones, indicando teléfono de contacto y nombre/s de la/s persona/s responsable/s con capacidad de decisión suficiente para resolver problemas que en la prestación del servicio puedan suscitarse. Estas instalaciones podrán ser supervisadas periódicamente por el personal del Museo Nacional del Prado que este determine.

4. PROTOCOLO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO

El protocolo de prestación de servicio será establecido por el Museo en función del establecimiento de una serie de procedimientos de trabajo para cada caso.

4.1 Información

El Museo suministrará y actualizará la oportuna información al adjudicatario, quién establecerá los mecanismos necesarios para que la información llegue a todo el personal responsable del servicio.

El Museo entregará al adjudicatario un manual de puesto, documento que se convertirá en la herramienta de trabajo de todo el personal adscrito al CAV. Es competencia del adjudicatario tener esta herramienta actualizada y adaptada a la realidad, y dar traslado de la misma a todo su personal.

4.2 Gestión de la reserva y venta de entradas / gestión de la reserva y venta de servicios y actividades

El adjudicatario realizará la gestión de la reserva y venta de entradas, servicios y actividades con las implicaciones que a continuación se desarrollan:

4.2.1 La resolución de las transacciones de venta, mediante tarjeta bancaria se realizará en un máximo de cinco segundos; el ingreso del importe de venta en la cuenta bancaria del Museo Nacional del Prado será instantáneo. El adjudicatario deberá establecer los mecanismos necesarios para evitar fraudes, estafas o descubiertos en las transacciones electrónicas. La aplicación impedirá la venta de entradas hasta que no se haya materializado el correspondiente pago.

4.2.2 La aplicación informática impedirá la venta de entradas para su utilización los días de acceso gratuito al Museo y para los días en que el Museo permanezca cerrado. El adjudicatario será el responsable de la venta errónea de entradas para los mencionados días. El Museo facilitará al adjudicatario el calendario de días de cierre y de acceso gratuito.

4.2.3 El adjudicatario enviará diariamente, antes de la apertura del Museo y de forma automática a quién el Museo disponga, la actividad que ese día vaya a tener el Museo generada por el CAV. Se establecerán diferentes informes por tipo de entrada y servicio o actividad, donde figurarán hora de acceso, y otras informaciones referidas al visitante que oportunamente serán establecidas por el Museo.

4.2.4. Todas las operaciones, ya sean reserva y/o venta de entradas, servicios o actividades llevarán implícito el desarrollo de los siguientes protocolos para el usuario:

4.2.4.1 Información sobre la tipo de entrada y disponibilidad horaria.

4.2.4.2 Emisión y envío de un código de barras/QR en el caso de las operaciones de venta de entradas para público individual por diferentes canales telemáticos (correo electrónico, vía sms...). Este envío supondrá la confirmación de la operación al usuario y el acceso directo al Museo.

4.2.4.3 Emisión y envío de un localizador por entrada reservada o adquirida siempre (entrada general, reducida, otros precios, gratuita o en cualquier operación que se realice), tanto para público individual como en grupo a través de diferentes operaciones telemáticas (correo electrónico, vía sms..). Este envío supondrá la confirmación de la operación.

4.2.4.4 Envío de archivos, enlaces u otros elementos que puedan facilitar el acceso al Museo, y proporcionar una información útil para el desarrollo de la visita.

4.2.4.5 Envío de recordatorio de la visita 48 horas antes de producirse la misma vía sms o correo electrónico a las visitas con puerta asignada o condiciones de acceso especiales.

4.2.4.6 Envío de agradecimiento de la visita 24 horas después de producirse la misma.

4.2.4.7 Envío de información relativa a las diversas actividades culturales del Museo a aquellos usuarios que hayan facilitado sus datos al Museo y expresado su conformidad con este envío, que se realizará siempre en cumplimiento de la Ley de Protección de Datos. Ésta petición de uso se hará en el interfaz de reserva y venta una vez realizada la operación deseada por el usuario.

4.2.5. En todos los casos y de forma ordinaria los citados envíos se producirán vía correo electrónico o sms. De forma extraordinaria estas comunicaciones se podrán realizar mediante otros canales de comunicación.

4.2.6. Se requiere por parte del adjudicatario el establecimiento de una serie de medidas de comprobación, para aquellos casos en los que el envío con la comunicación de la confirmación de la compra o reserva no se ha producido satisfactoriamente, con el fin de evitar la repetición de la operación por parte del usuario.

4.2.7. En los casos en los que haya implícita una descarga de material didáctico o de otra índole por parte del usuario, se requerirá al adjudicatario el establecimiento de unas medidas de control cuantitativo que posibiliten la obtención de datos estadísticos de estas descargas. Tales datos deberán ser remitidos de forma sistemática al Museo.

5. CALIDAD DEL SERVICIO

La calidad del servicio prestado deberá estar amparada por el Sistema Integral de Calidad que actualmente rige el Museo.

Con el fin de comprobar el grado de ejecución del presente contrato y la calidad de los servicios que con el mismo se están prestando, se establecerán tanto de forma ordinaria como extraordinaria los siguientes controles:

5.1 De forma ordinaria, el personal del Área de Atención al Visitante del Museo Nacional del Prado establecerá controles de calidad con carácter semanal y mensual a todos los servicios del CAV, controles que medirán tanto el grado de satisfacción de los usuarios, la operatividad del funcionamiento de todos los Servicios y la capacidad de coordinación del responsable del servicio.

5.2 El tiempo de espera para ser atendido telefónicamente ha de ser inferior a 30 segundos, y se verificará mediante controles telemáticos.

5.3 Si el Museo lo considera necesario se solicitará a la empresa adjudicataria, con carácter anual, una terna de empresas auditoras de reconocido prestigio, siendo elegida por el Museo la que ha de elaborar un informe anual de calidad del servicio. El coste de esta auditoría correrá a cargo del adjudicatario.

5.4 El adjudicatario elaborará mensualmente un Informe de Actividad, cuyo contenido deberá ser aprobado por el Museo y en todo caso deberá permitir la evaluación de esta información:

Información:

- Número de operaciones por canal de información (teléfono, correo electrónico...)
- Tipo de información (colección permanente, exposiciones temporales, actividades, servicios...)
- Número de operaciones de información que concluyen en venta
- En el caso de operaciones telefónicas, tiempo medio de las llamadas, tiempo medio y máximo de espera, idiomas en las que se producen.

Venta:

- Número de entradas vendidas por canal de venta (teléfono, Internet)
- Número de entradas vendidas por tipo de entrada
- Número de entradas vendidas según destino de la visita (colección permanente, exposiciones temporales, actividades, servicios...)
- Hábitos de compra. Momentos de máxima y mínima venta
- Detalle de todas las ventas realizadas.

Reserva:

- Número de reservas realizadas por canal de venta (teléfono, Internet)
- Número de reservas por tipo de grupos: educativo, cultural, autorización.....
- Reservas ya realizadas / Plazas de grupo disponibles

Datos estadísticos:

- Datos de perfil sociodemográfico de todos los usuarios; procedencia: país, provincia, municipio....etc.
- En el caso de las reservas de grupo se solicitarán datos con carácter general sobre procedencia y en el caso de los grupos educativos se pedirá la información del centro, nivel de estudios y procedencia.
- Informe estadístico completo de accesos web (seguimiento por awstats y google analytics) con acceso directo al perfil de la cuenta de seguimiento por parte del Museo.

El informe ha de ser enviado al Museo en el plazo de los 10 primeros días de cada mes. El Museo podrá modificar el informe de actividad en función de las necesidades y/o solicitar cualquier otro que por necesidades del servicio o de la puesta en marcha de una nueva operación de reserva o venta sea preciso.

La empresa adjudicataria deberá facilitar un acceso al módulo de informes de la aplicación del sistema de gestión de ventas y reservas e información al personal designado por el Museo.

6. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL SERVICIO

Todos los procesos de gestión señalados anteriormente se ejecutarán a través de los canales telemáticos referidos (902 y www.museodelprado.es). En el caso del soporte Web, la plataforma empleada deberá comunicarse con la base de datos del Museo según las directrices y parámetros que establezca el Museo.

La adaptación de la reserva y venta en línea con el actual sistema de venta en taquillas del Museo Nacional del Prado, tendrá un coste máximo de 8.600 euros (IVA no incluido) que correrá a cargo del adjudicatario. (Ver Anexo 1)

El adjudicatario deberá asegurar que la plataforma hardware y el software definidos para la prestación de los Servicios por Internet cuentan con las medidas para garantizar la seguridad del sistema, su disponibilidad y la seguridad de los datos y cumpliendo con lo establecido en el art. 15.3 del Real Decreto 3/2010, de 8 de enero, por el que se regula el Esquema Nacional de Seguridad en el ámbito de la Administración Electrónica.

El adjudicatario estará obligado a prestar una calidad de servicio, cuyo nivel ha de quedar reflejado en un Acuerdo de Nivel de Servicio (ANS) entregado en la documentación, que comprenderá el sistema de compensaciones por cortes del mismo.

Se valorará en la oferta el nivel de seguridad y de calidad ofrecido para garantizar el servicio de venta por internet.

6.1. Especificaciones concernientes al servicio de venta por internet

Para el servicio de venta y reserva por Internet la empresa adjudicataria deberá disponer de una plataforma de venta y reserva por Internet con pasarela de pago fácilmente personalizable, de manera que permita contemplar los cambios de funcionalidades que se produzcan en la gestión y las exigencias de diseño que proporcione el Museo Nacional del Prado para preservar su imagen corporativa.

La plataforma de venta proporcionada por la empresa adjudicataria anotará en tiempo real en los sistemas informáticos del Museo del Prado la venta de entradas y reserva que lleve a cabo y permitirá realizar venta y reserva fuera de línea, en caso de pérdida de conexión entre los mencionados sistemas. La comunicación entre ambos sistemas informáticos deberá ser autenticada y cifrada. Además, deberán tenerse en cuenta los siguientes condicionantes técnicos:

6.1.1 Se pondrá a disposición de la empresa adjudicataria una base de datos SQL Server, con las tablas necesarias para prestar el servicio. Estas tablas contendrán los datos de configuración definidos por el Museo para la venta y/o reserva por Internet, así como aquellas que se precisan para que se inserten los datos producto de las ventas y/o reservas producidas en la plataforma de venta proporcionada por el adjudicatario. De esta manera, las ventas realizadas por internet pueden ser controladas y gestionadas desde el sistema de venta de entradas del Museo.

6.1.2 También se pondrán a disposición de la empresa adjudicataria la documentación de los procedimientos necesarios para la lectura de los datos de configuración que el Museo tenga definidos para la venta por Internet, así como los procedimientos de inserción de las ventas y/o reservas en las tablas del punto anterior. La empresa adjudicataria, en función de su plataforma de desarrollo, su entorno de trabajo y su base de datos, elaborará sus propios procedimientos para la obtención de los datos de configuración y la inserción de los datos producto de la venta y/o reserva, desde y hacia las tablas de la base de datos SQL Server que proporciona el Museo.

6.1.3 Si, por la propia operativa de venta y/o reserva, el adjudicatario del servicio necesita procedimientos y tablas adicionales a los suministrados por el Museo, estos deben ser acordados previamente con el Museo.

6.1.4 Los gastos de adecuación de la plataforma de venta de la empresa adjudicataria al sistema de ventas instalado en el Museo Nacional del Prado, correrán por cuenta de la empresa adjudicataria.

6.1.5 Las adecuaciones necesarias para el funcionamiento de la plataforma de venta y reserva por Internet aportada por la empresa, deberá haberse efectuado con anterioridad a la fecha fijada de puesta en marcha del servicio con el nuevo adjudicatario.

6.1.6 El Museo del Prado no proporcionará ninguna herramienta técnica adicional a la expresada en el punto 7.1.1.

6.1.7 La operatoria de trabajo que se ha de seguir en el proceso de venta es la siguiente:

6.1.7.1 Se leerán los datos que haya definido el Museo, a través de procedimientos almacenados en la base de datos del SQL Server del Museo, para mostrar los tipos de entrada disponibles, así como los precios para la venta por Internet, mostrar los tipos de reservas disponibles y mostrar los horarios y aforos disponibles.

6.1.7.2 Se insertarán los datos de cada operación final (venta/reserva) según las especificaciones detalladas por el Museo, a través de procedimientos almacenado en la base de datos del SQL Server del Museo.

6.1.7.3. El control de errores de inserción se realizará en la plataforma de venta de la empresa adjudicataria.

6.1.7.4 Si, producto de las operaciones de venta, se genera un documento de acceso para el cliente web, este documento tendrá un código de barras con una estructura definida por el Sistema de venta de entradas del Museo.

6.1.7.5 El documento de acceso al Museo será individual por usuario, es decir, uno por entrada, si el acceso se realiza sin pasar por taquilla.

6.1.7.6 Para el caso de entradas con acceso en grupo, cada tipo de grupo tendrá su correspondiente tipo de localizador.

6.1.7.7 Para todas los tipos de entrada individual (general, reducida, otros precios y gratuita) también habrá un tipo de localizador específico.

6.1.7.8 El contratista deberá garantizar la continuidad del servicio ante posibles incidencias en la red pública de transmisión de datos.

6.1.7.9 Para otras especificaciones técnicas, Ver Anexo 1

7. MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

7.1. Medidas de seguridad

7.1.1 El adjudicatario se obliga al mantenimiento del deber de secreto (artículo 10 LOPD), que le corresponde como encargado del tratamiento respecto a los datos de carácter personal que le sean transmitidos con el fin de prestar los servicios externos objeto del presente contrato. El Museo informa al adjudicatario de la prohibición de vender o ceder dichos datos a terceros, de la obligación de la devolución, del borrado o bloqueo, en su caso, de los datos por parte de la empresa una vez finalizada la relación contractual o cuando dejen de ser necesarios para la finalidad con que se recopilaron, así como de la obligación por parte de la empresa que presta el servicio de someterse a auditorías (pudiendo ser interna o externa) de seguridad, debido al Nivel de Seguridad en el que se encuentran los datos del Fichero a los que accede el adjudicatario.

7.1.2 El Fichero que contenga los datos de los usuarios a los que se le solicite para cualquier servicio relacionado con el objeto del contrato se alojará en las instalaciones del adjudicatario, en el servidor de su propiedad, que se compromete a proteger y salvaguardar ajustándose a lo estipulado en la LOPD.

7.1.3 El adjudicatario está obligado a implementar las medidas de seguridad de índole técnica y organizativa necesarias a que se refiere el artículo 9 LOPD, que garanticen la seguridad de los datos contenidos en el Fichero y adoptará, al menos, las medidas de seguridad de los datos correspondientes al nivel medio, que se definen en el Reglamento de medidas de seguridad de los ficheros automatizados que contengan datos de carácter personal, aprobado por Real Decreto 994/1999, de 11 de junio.

7.1.4 El adjudicatario se obliga a no divulgar la información contenida en el Fichero ni el resto de información obtenida por razón de la ejecución del presente Contrato, a la que únicamente tendrá acceso los trabajadores de dicha empresa, comprometiéndose a guardar dicha obligación, aún con posterioridad a la finalización de la prestación objeto del presente contrato.

7.1.5 La confidencialidad no se aplicará a la información que sea o se convierta en públicamente disponible, sin que las partes hayan contravenido sus compromisos de confidencialidad anteriores.

7.1.6 El adjudicatario no se responsabilizará de los daños y perjuicios derivados de actuaciones u omisiones imputables al Museo o de la información errónea que este le suministre. Asimismo, si el adjudicatario destina los datos a otra finalidad, los comunica o los utiliza incumpliendo las estipulaciones del contrato, será considerado responsable del fichero, respondiendo de las infracciones en que hubiera incurrido. El adjudicatario mantendrá indemne al Museo de cuantas reclamaciones pudieran formularse contra él, y responderá de cualesquiera daños y perjuicios pudiera ocasionar el uso ilícito de los datos contenidos en el Fichero mientras preste los servicios objeto de este pliego.

7.1.7 La adjudicación del contrato y la posterior ejecución de los servicios que en él se establezcan no supondrá, en ningún caso, la cesión por el Museo al adjudicatario de ningún derecho de propiedad intelectual, ni industrial, ni de derechos de contenido económico análogo sobre los signos o distintivos del Museo, ni sobre los contenidos que se faciliten al adjudicatario para su difusión entre los usuarios del Museo que realicen llamadas telefónicas al 902 del Museo, ni sobre cualquier otro material o soporte empleado por el adjudicatario, a excepción de los aportados por el mismo para el desarrollo y desempeño de las acciones propias del servicio descrito. El Museo será el único titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre la información que se suministre, la configuración de los servicios y gestiones no administrativas que el adjudicatario realice para los visitantes y cualquier otra creación que se realice específicamente para la ejecución del presente servicio.

7.2 Protección de datos

7.2.1 El adjudicatario en su condición de encargado del tratamiento, reconoce expresamente que los datos y registro que se contengan en los Ficheros que se generen a partir de la actividad del servicio aquí descrito son de exclusiva propiedad del Museo, por lo tanto, únicamente los tratará conforme a las instrucciones del Museo y no podrá aplicarlos o utilizarlos con fines distintos a los previstos en este contrato, ni los comunicará, ni siquiera para su conservación, a otras personas.

7.2.2 El adjudicatario, como encargado del tratamiento, devolverá al Museo al término del contrato cuantos soportes contengan datos de carácter personal del Fichero, procediendo al borrado de aquellos que se encuentren en su poder, ya sean manuales o automatizados, de forma que se garantice plenamente la destrucción de todos los datos, salvo cuando una Ley en vigor obligue al adjudicatario a conservar dichos datos durante un período de tiempo determinado, en cuyo caso se procederá al bloqueo de los mismos durante el período de tiempo que imponga dicha legislación.

7.2.3 Conforme al artículo 12 LOPD, el adjudicatario únicamente tendrá acceso a aquellos datos del Fichero que el Museo estime conveniente y procederá a su tratamiento de acuerdo con las instrucciones señaladas por el Museo y de acuerdo al régimen de responsabilidad señalado en el presente contrato, no constituyendo dicho acceso en ningún caso, cesión o comunicación de los datos, ni siquiera a efectos de su conservación; sino que se trata únicamente de una entrega de los mismos, necesaria para la prestación por parte del adjudicatario de los servicios objeto del presente pliego.

8. DURACIÓN DEL CONTRATO / PLAZO DE EJECUCIÓN

El presente contrato tendrá una duración de DOS AÑOS que podrá prorrogarse en los términos establecidos en PCAP.

9. PRESUPUESTO DE LICITACIÓN

9.1. Como contraprestación económica por:

9.1.1 El desempeño del servicio de información al visitante por vía telefónica u otros canales de comunicación.

9.1.2 El desarrollo y gestión de una interfaz en línea de reserva y venta de entradas, servicios y actividades, bajo la supervisión y coordinación del Museo Nacional del Prado.

9.1.3 La gestión de la reserva y venta de entradas a la colección, exposiciones temporales y cuantas acciones programadas por el Museo requieran la adquisición de entrada gratuita.

9.1.4 La gestión de la reserva y venta de servicios y actividades de divulgación cultural y perfil académico del Museo Nacional del Prado con acceso gratuito.

El Museo abonará al adjudicatario, por una parte, el importe que quede fijado en el contrato fruto de la oferta económica ganadora como coste fijo anual.

9.2 A mayores, el Museo Nacional del Prado pagará al adjudicatario comisiones en concepto de contraprestación por:

9.2.1 La gestión de la reserva y venta de entradas a la colección, exposiciones temporales y cuantas acciones programadas por el Museo requieran la adquisición de entrada general, reducida u otros precios.

9.2.2 La gestión de la reserva y venta de servicios y actividades de divulgación cultural y perfil académico del Museo Nacional del Prado con acceso de pago.

Las empresas licitadoras deberán ofertar sus propuestas las citadas comisiones, considerando los siguientes valores máximos (IVA excluido):

| Tipos | Comisión máxima |
|--|--------------------|
| Venta de entradas | |
| Acceso individual (general, reducida, otros precios) | 0,85 € por persona |
| Acceso en grupo (general, reducida, otros precios) | 0,45 € por persona |
| Venta de servicios y actividades | |
| Acceso a servicios y actividades de divulgación cultural y académica | 5,00% de la venta |

La comisión en concepto de contraprestación se pagará en el caso de la venta de entradas por entrada adquirida y en el caso de la venta de servicios y actividades de divulgación cultural y académica se abonará el porcentaje resultante a los ingresos recibidos de cada una de las ventas realizadas. Todos los visitantes para acceder al Museo deben portar una entrada.

Información adicional: Ventas realizadas por el CAV del Museo Nacional del Prado en el periodo: 01/01/2015 al 31/12/2015

TIPOS DE ENTRADAS

| Acceso individual | Número de visitantes |
|-------------------|----------------------|
| General | 92.623 |
| Reducida | 16.901 |
| Otros precios | 12.113 |
| Gratuita | 24.640 |
| Subtotal | 146.277 |

| Acceso en grupo | Número de visitantes |
|-----------------|----------------------|
| General | 263.371 |
| Reducida | 4.165 |
| Otros precios | 3.288 |
| Gratuita | 223.408 |
| Arte de educar | 46.268 |
| Subtotal | 540.500 |

| | |
|----------------------------|----------------|
| TOTAL visitante CAV | 686.777 |
|----------------------------|----------------|

10. FORMA DE PAGO

10.1 El adjudicatario facturará al Museo el coste fijo anual que resulte de su oferta dividido en facturas mensuales. El importe de cada factura mensual será una doceava parte del importe anual.

10.2 El adjudicatario facturará, con carácter mensual, a mes vencido, el importe de las comisiones por venta de entradas, servicios y actividades, previa presentación del informe de gestión de reservas y venta y su preceptiva aprobación.

Las facturas serán abonadas al adjudicatario por parte del Museo, dentro de los treinta días posteriores a la fecha que figure en el registro contable de facturas.

10.3 En el caso de las devoluciones, según se indica en el punto 2.4.2.1 de este Pliego, se tramitará por el Museo como un mandamiento de pago de devolución de ingresos a la cuenta que el adjudicatario indique.

Madrid, 19 de febrero de 2016

La Jefa de Servicio de Análisis y Estadística
Área de Atención al Visitante
Coordinación General de Programación y Operaciones
Museo Nacional del Prado

Fdo: Noelia Ibáñez Pérez