

# **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE CONSULTORÍA, CONFIGURACIÓN, IMPLANTACIÓN Y MANTENIMIENTO DE UNA PLATAFORMA ECOMMERCE PARA LA TIENDA DE METRO DE MADRID**

Área de Comunicaciones y Tecnologías de la Información  
28 de mayo de 2024



## ÍNDICE

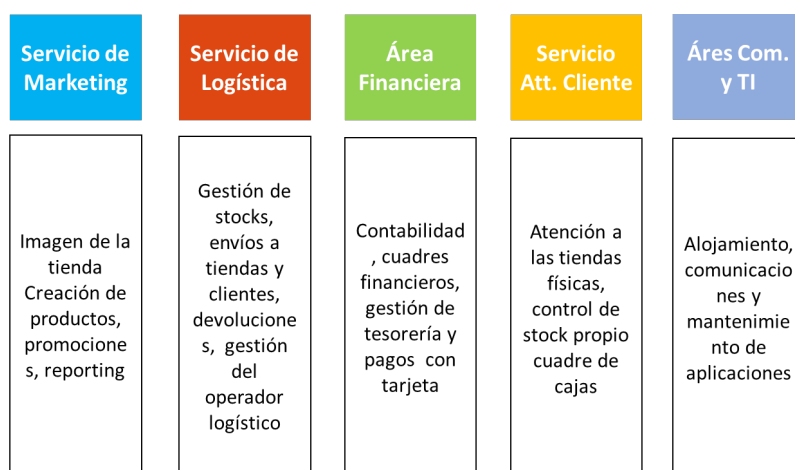
1.	<b>OBJETIVO .....</b>	<b>3</b>
2.	<b>ALCANCE Y DURACIÓN DEL CONTRATO .....</b>	<b>5</b>
2.1	<b>Alcance .....</b>	<b>5</b>
2.2	<b>Duración.....</b>	<b>6</b>
3.	<b>REQUISITOS TÉCNICOS .....</b>	<b>7</b>
3.1	<b>Requisitos del Equipo de Trabajo .....</b>	<b>7</b>
3.2	<b>Requisitos de la plataforma .....</b>	<b>7</b>
4.	<b>REQUISITOS FUNCIONALES .....</b>	<b>9</b>
4.1	<b>Gestión de Productos.....</b>	<b>9</b>
4.2	<b>Gestión de Pedidos.....</b>	<b>10</b>
4.3	<b>Gestión de Clientes.....</b>	<b>11</b>
4.4	<b>Gestión de Stock.....</b>	<b>12</b>
4.5	<b>Tiendas físicas .....</b>	<b>12</b>
4.6	<b>Look and feel .....</b>	<b>14</b>
4.7	<b>Informes .....</b>	<b>14</b>
4.8	<b>Pagos .....</b>	<b>14</b>
4.9	<b>Facturación.....</b>	<b>14</b>
4.10	<b>Contabilización.....</b>	<b>15</b>
4.11	<b>Recaudación.....</b>	<b>16</b>
5.	<b>ENTORNO TECNOLÓGICO EN METRO.....</b>	<b>16</b>
5.1	<b>Línea Base de la configuración del entorno tecnológico de los Sistemas de Información de Metro.....</b>	<b>16</b>
6.	<b>ORGANIZACIÓN DE LOS TRABAJOS.....</b>	<b>17</b>
6.1	<b>Fase 1 – Preparación del servicio .....</b>	<b>17</b>
6.2	<b>Fase 2 – Ejecución del servicio .....</b>	<b>18</b>
6.3	<b>Fase 3 – Fin del servicio.....</b>	<b>18</b>
7.	<b>OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.....</b>	<b>19</b>

## 1. OBJETIVO

El objeto del presente documento es establecer las condiciones técnicas que deberán ser consideradas en la presentación de ofertas para la contratación de servicio de consultoría, implantación y mantenimiento de una plataforma de gestión de venta de productos oficiales de Metro de Madrid, S.A (en adelante METRO) basado en el servicio SaaS Shopify Plus o equivalente. Esta plataforma incluirá tanto la tienda online como las tiendas físicas de METRO, con el fin de ofrecer una experiencia de compra integrada y eficiente a los usuarios.

Desde el área de Marca de METRO se gestiona actualmente “La Tienda de Metro de Madrid”, formada en la actualidad por una plataforma de venta online y por dos espacios físicos situados en las estaciones de Plaza de Castilla y Sol.

Esta tienda tiene sus orígenes en 1984, año en el que se abrió por primera vez en la mencionada estación de Sol. La gestión del proceso se realiza desde METRO, de forma interna y con el apoyo de las siguientes áreas implicadas:



La plataforma actual utilizada para la gestión de las ventas online es Prestashop, plataforma sobre la que se ha desarrollado en modo “multitienda y multialmacén”.

En las tiendas físicas se utiliza un módulo de Prestashop específico para su gestión.

El almacén principal se encuentra en nuestras instalaciones de Canillejas, desde donde se distribuye a las tiendas físicas situadas en Sol y en Plaza de Castilla, y a los clientes finales de la tienda online a través de los servicios de un operador logístico.

Esta plataforma está en servicio desde el año 2015. Después de casi 10 años, se considera necesario implantar una nueva plataforma que se adapte mejor al estatus actual y futuro de la venta de productos oficiales de METRO.

Los objetivos primordiales que se persiguen con este servicio son los siguientes:

- Disponer de una plataforma encaminada a reforzar la percepción de

la marca “Metro de Madrid” entre nuestros viajeros actuales y potenciales.

- Incrementar el número de visitantes a la Tienda online (y también a las tiendas físicas), mejorando su rendimiento, usabilidad y diseño.
- Mejorar la percepción del servicio que prestamos y en consecuencia mejorar la imagen global de marca de METRO.
- Reforzar la vinculación existente con la ciudad de Madrid, así como con su área metropolitana.
  
- Aumentar los ingresos comerciales por la venta de productos oficiales de la compañía.

**Estas son las cifras de la Tienda de METRO durante el año 2023:**

- Se realizaron 8.623 pedidos, con una media de 1,65 líneas por pedido.
- Un 88,31% de esos pedidos se realizaron en tiendas físicas.
- Clientes activos registrados: 8.149.
- 90 referencias comerciales.
- Número de referencias “SKU” activos 128. Totales incluyendo los no activos (algunos se podrán activar y otros no) 281.
- El nº de usuarios de METRO que acceden la plataforma actual con sus diferentes roles de gestión es aproximadamente 120 usuarios.

## 2. ALCANCE Y DURACIÓN DEL CONTRATO

### 2.1 Alcance

Dentro del alcance de esta contratación se considera necesario, como mínimo, la realización de las siguientes tareas:

- Consultoría y análisis para realizar la configuración de la plataforma **Shopify Plus o equivalente**, de acuerdo a los requisitos y funcionalidades especificados por METRO.
- Diseño y maquetación de la tienda online ajustada a los requerimientos de METRO.
- Desarrollo y configuración de la plataforma para implementar las funcionalidades requeridas por METRO.
- Pruebas de validación y aceptación por parte de METRO durante las tareas anteriores y, previo a la puesta en producción. (Pruebas de rendimiento, de funcionalidad, casos de uso, etc.).
- Carga de contenidos: Migración de los contenidos de la actual tienda online a la nueva tienda en Shopify Plus o equivalente.
- Sesiones de Formación de uso de la plataforma para los distintos perfiles antes de la puesta en producción.
- Implantación y despliegue a producción de la nueva tienda de METRO.
- Una vez en producción, se realizarán las siguientes tareas:
  - Mantenimiento correctivo.
  - Sesiones de formación como consecuencia de actualizaciones técnicas o funcionales de la plataforma.
  - Soporte al usuario.
  - Asesoramiento funcional.
  - Mantenimiento evolutivo sobre funcionalidades en uso y nuevas funcionalidades de complejidad pequeña.
- Gestión y seguimiento del servicio durante toda la vigencia del contrato.
- Fin de servicio: Traslado de la información, exportación de los datos maestros de la tienda en un formato aceptado por METRO y cualquier otro dato de configuración relevante.

**El CONTRATISTA se hará responsable en primera instancia de los pagos, como intermediario entre METRO y la empresa proveedora: cuotas del servicio Shopify Plus o equivalente, apps de *Shopify app store* o equivalente que sean necesarias para que la nueva tienda responda a los requisitos y funcionalidades descritos en el presente documento. Estos pagos a terceras empresas serán repercutidos por el CONTRATISTA a METRO junto con otros conceptos que correspondan por la prestación de sus propios servicios.**

En caso de que en algún punto del Pliego pudiese surgir algún tipo de discrepancia entre el CONTRATISTA y METRO, prevalecerá el párrafo anterior que está recuadrado como marco contractual.

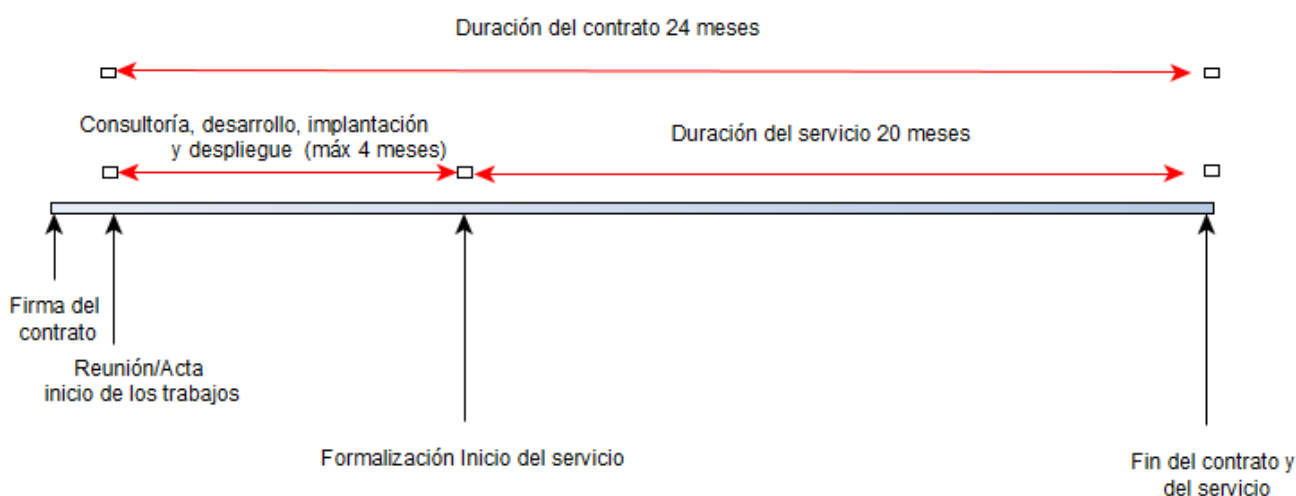
Todos los datos enumerativos que se ofrecen a lo largo de este documento tienen el objeto de facilitar la confección de las ofertas, de modo que cada oferente tenga una idea lo más aproximada posible del entorno de trabajo. Se publica con carácter meramente informativo, lo cual significa que durante la ejecución del contrato los datos podrían variar o podrían no ser exactos al 100%.

La información facilitada no eximirá al CONTRATISTA de comprobar o cotejar los datos contenidos en ella. Asimismo, la discrepancia entre la realidad y la información facilitada no dará derecho a incremento alguno del precio establecido en el contrato ni a indemnización de ningún tipo.

## 2.2 Duración

La duración del contrato **será de 24 meses a partir del día** siguiente a la firma del acta de inicio de los trabajos o en la fecha de inicio que se indique en la propia acta.

El plazo máximo para la puesta en producción de la nueva Tienda (online y físicas) es de CUATRO (4) meses contados a partir de la fecha de inicio del proyecto recogida en la reunión de Inicio de los trabajos.



En los primeros 5 días laborales a partir de la fecha de inicio fijada, el CONTRATISTA deberá presentar una planificación detallada con fechas y desglose de trabajos. Este documento deberá ser validado por METRO y servirá de guía para el control y seguimiento de los trabajos durante todo el tiempo que estos duren, hasta la finalización.

**Importante remarcar que el servicio propiamente deberá comenzar a prestarse a partir de la aceptación formal por parte de METRO de la configuración/despliegue/entrenamiento inicial y pruebas realizadas.**

### 3. REQUISITOS TÉCNICOS

#### 3.1 Requisitos del Equipo de Trabajo

Para la ejecución de los trabajos del contrato, todos los miembros del equipo deberán disponer de una experiencia mínima de 3 años en implantación y/o mantenimiento de tiendas basadas en Shopify Plus o equivalente.

#### 3.2 Requisitos de la plataforma

A continuación, se enumeran y describen las especificaciones técnicas que deben tenerse en cuenta en la nueva plataforma ecommerce de METRO:

##### 1. Plataforma Ecommerce:

- La solución a implantar se debe basar en la plataforma **Shopify Plus** o equivalente en la nube.

##### 2. Procesos integrados en la misma plataforma:

- Todos los procesos se llevan a cabo en la misma plataforma, quedando todo registrado (tienda online y tiendas físicas) en el mismo lugar y de la misma forma, permitiendo una gestión centralizada.

##### 3. Idiomas:

- La web de la tienda online será multi-idioma, inicialmente se trabajará con versiones en dos idiomas: español e inglés que deberán ser gestionadas desde un mismo backoffice con un mismo catálogo de productos y registro de usuarios. Al pasar de uno a otro idioma el usuario se mantendrá en la página en la que estaba cambiando tan solo el idioma.

##### 4. Medición:

- Se deberá diseñar e implementar en la nueva tienda online una estrategia de medición de los principales indicadores y datos de la web (comportamiento de clientes, tráfico recibido, etc.).
- Se habilitarán informes sobre estadísticas de uso.
- Esta estrategia deberá revisarse de forma periódica para poder realizar los ajustes necesarios.

##### 5. Automatización de los procesos:

- Se analizará y propondrá la automatización de todos los procesos que sean posible dentro de Shopify Plus o equivalente.

##### 6. Experiencia de Usuario (UX):

- Navegación Intuitiva: El diseño debe permitir a los usuarios encontrar fácilmente lo que buscan con una navegación clara y coherente.

- Personalización: Ofrecer experiencias personalizadas basadas en el historial de compras y las preferencias del usuario.
- 7. Accesibilidad:**
- El desarrollo deberá cumplir con un nivel de accesibilidad WAI AA. **El CONTRATISTA emitirá un certificado del nivel de accesibilidad AA tras la realización de las validaciones pertinentes.**
- 8. Seguridad:**
- Protección de Datos: Es imprescindible cumplir con las normativas de protección de datos, como el GDPR, para asegurar que la información de los clientes esté segura.
  - Transacciones Seguras: Implementar sistemas de pago seguros con cifrado SSL y otros protocolos de seguridad para proteger la información financiera de los usuarios.
  - Sistema preparado ante hackeos y ataques externos
  - Capacidad para permitir la conexión simultánea y compra de un gran volumen de clientes al mismo tiempo.
  - Serán de aplicación los requisitos detallados en el documento *Anexo : Requisitos Ciberseguridad Desarrollo.*
- 9. Optimización para Dispositivos Móviles:**
- Diseño Responsivo: La tienda online/física debe ser accesible y fácil de usar en todos los dispositivos, incluidos smartphones y tablets.
  - Rendimiento: Optimizar el tiempo de carga y la velocidad del sitio web para mejorar la experiencia del usuario en dispositivos móviles.
- 10. Marketing Digital:**
- SEO y SEM: Implementar estrategias de SEO para mejorar el posicionamiento orgánico en motores de búsqueda y utilizar SEM para campañas.
  - Social login e integración con Redes Sociales: Facilitar la integración con redes sociales para promocionar productos y atraer tráfico a la tienda online.
- 11. Perfiles/Roles:**
- Se requieren los siguientes perfiles:
    - Marketing
    - Logística
    - Financiero
    - Atención al cliente
    - Personal de tiendas
    - Super administradores
  - Dentro de cada perfil se podrán asignar a cada usuario diferentes permisos que ajusten su uso dentro de las posibles funcionalidades.



## **12. Entornos de trabajo:**

- Se dispondrá de 2 entornos: un entorno para pruebas e integración y el entorno final de producción.

## **13. Comunicación de falta de servicio en producción:**

- El sistema debe ser capaz de generar alertas ante posibles fallos de las máquinas o caídas de servicio, ya sea vía email, SMS o llamadas automatizadas a METRO.

## **14. Documentación:**

- El CONTRATISTA elaborará y entregará toda la documentación técnica y funcional de la nueva Tienda, con el contenido mínimo en cuanto a gestión de backoffice, diseño, personalizaciones y configuraciones, integraciones y gestión técnica. El contenido concreto se definirá en las reuniones que se mantengan al inicio del proyecto.

## **15. Contingencia:**

- El CONTRATISTA deberá disponer de un procedimiento de recuperación frente a desastres que asegure la recuperación del servicio en el menor tiempo posible.
- El CONTRATISTA deberá describir en detalle el procedimiento de contingencia que se utilizará.

## **16. Garantía**

- El CONTRATISTA deberá garantizar el perfecto funcionamiento de la nueva Tienda desarrollada a partir de la fecha de firma del acta de recepción y durante toda la vigencia del Contrato. Cualquier corrección o modificación necesaria para subsanar errores o funcionamientos incompletos deberán ser realizadas sin coste.

## **4. REQUISITOS FUNCIONALES**

### **4.1 Gestión de Productos**

A continuación, se detallan los requisitos específicos para la gestión de productos en la plataforma:

#### Gestión de Productos:

- La plataforma debe ser capaz de gestionar más de 800 referencias de productos.
- Debe permitir la creación de productos con múltiples variantes, como tallas, colores y modelos.

#### Creación y Modificación de Productos:

- La interfaz de administración debe permitir la fácil creación y modificación de productos, incluyendo descripciones, imágenes, precios y atributos.
- Los administradores deben poder duplicar productos existentes para facilitar la creación de nuevas referencias similares.

#### Eliminación de Productos:

- Debe ser posible eliminar productos del catálogo de manera sencilla y segura.
- Se deben implementar medidas para prevenir la eliminación accidental de productos.

#### Jerarquización y Categorización:

- Los productos deben poder ser organizados en categorías y subcategorías.
- La plataforma debe permitir la creación de jerarquías de productos para facilitar la navegación del usuario.

#### Productos Personalizados:

- Debe haber funcionalidades para la personalización de productos, como la posibilidad de añadir textos o imágenes a tazas, camisetas, posters, etc.
- La personalización debe ser intuitiva y mostrarse en tiempo real al usuario.

#### Control de Inventario:

- Gestión de inventario para reflejar en tiempo real la disponibilidad de los productos y las necesidades de reposición de las tiendas físicas y de la tienda online.
- Automatización de alertas para productos con stock bajo, tanto en la tienda online como en tiendas físicas.

#### Precios

- La herramienta debe permitir fijar precios por producto de una forma ágil permitiendo las agrupaciones de productos y ofreciendo la posibilidad de indicar descuentos, ya sea por fechas concretas, por categorías, por códigos descuento o con promociones especiales por categoría o de agrupación de productos (2x1, 3x2, etc.) o de categorías (más de un producto de una determinada categoría).

## **4.2 Gestión de Pedidos**

A continuación, se detallan los requisitos específicos para la gestión de pedidos en la plataforma:

#### Seguimiento en Tiempo Real:

- La plataforma debe permitir el seguimiento en tiempo real de todos los pedidos realizados tanto en la tienda online como en las tiendas físicas.

- Los clientes deben poder verificar el estado de su pedido en cualquier momento.

#### Devoluciones y Cambios:

- Debe haber un sistema robusto para gestionar devoluciones y cambios de productos.
- Al solicitar devoluciones en la plataforma en tienda online o tiendas físicas, se debe enviar aviso por correo electrónico a Logística.
- Posibilidad de realizar devoluciones en tienda física de compras realizadas online o en otra tienda. Se devolverá el importe en el mismo método de pago.

#### Notificaciones de Pedidos al cliente:

- Envío automático de notificaciones por correo electrónico en cada etapa del pedido (confirmación, envío, entrega, devolución).
- Información del tiempo estimado de entrega en función de las diferentes zonas geográficas (según ANS establecidos con el operador logístico).
- Posibilidad de enviar notificaciones SMS como opción adicional.

#### Historial de Pedidos:

- Los clientes registrados deben poder acceder a su historial de pedidos desde su cuenta.
- La plataforma debe almacenar información detallada de cada pedido, incluyendo productos, fechas y estados.

#### Preparación de pedidos:

- Durante el proceso de preparación de pedidos de la tienda online, se habilitará la posibilidad de generar e imprimir etiquetas identificativas de los mismos (datos del cliente, nº pedido y dirección tienda o particular) y albarán/factura, bien de forma individual o masiva en función de la selección realizada.

#### Integración con Operadores logísticos:

- integración de las ventas con los SPL contratados en Metro (Operadores logísticos) para recibir directamente determinados pedidos en su base de datos, según necesidades del servicio.

### **4.3 Gestión de Clientes**

La plataforma debe facilitar la gestión de usuarios, incluyendo la capacidad de registro, autenticación y manejo de perfiles.

#### Registro de Clientes:

- Los clientes deben poder registrarse fácilmente en la plataforma proporcionando su correo electrónico y otros detalles relevantes.
- Debe haber opción de registro rápido mediante integración con redes sociales (por ejemplo, Facebook, Google).

#### Compras como Invitado:

- La plataforma debe permitir compras como invitado para usuarios que prefieren no registrarse.
- Opciones limitadas de seguimiento de pedidos y personalización para

usuarios invitados.

#### Gestión de Perfiles:

- Los usuarios registrados deben poder actualizar sus datos personales y preferencias desde su cuenta.
- Posibilidad de guardar múltiples direcciones de envío y métodos de pago.

#### Comunicación con Clientes:

- Envío de correos electrónicos automatizados para confirmar el registro, recuperación de contraseñas, y actualizaciones de pedidos.
- Posibilidad de segmentar la base de datos de clientes para campañas de marketing personalizadas.

## **4.4 Gestión de Stock**

El control preciso del inventario es crucial para mantener la disponibilidad de productos.

#### Control del Stock:

- Actualización automática del inventario con cada venta realizada, tanto online como en tiendas físicas.
- Planificación de necesidades de las tiendas, reposiciones, etc.

#### Gestión de Inventario:

- Capacidad para ajustar manualmente el inventario por productos defectuosos, robos, o regalos.
- Generación de informes de ajustes de inventario para auditorías.
- Planificación de necesidades de las tiendas, reposiciones, etc.

#### Avisos de Stock Bajo:

- Configuración de niveles mínimos de stock para cada producto.
- Generación automática de avisos cuando el stock de un producto alcanza el nivel mínimo predefinido.

#### Gestión de Pedidos al Almacén:

- Posibilidad de gestionar manual o automáticamente los pedidos de reabastecimiento al almacén central, teniendo en cuenta múltiples variables como: stock mínimo y máximo, últimas compras, tiempo/fecha de entrega, previsión de la demanda basados en históricos etc. En los pedidos a almacén se reflejarán los productos y cantidades.
- Posibilidad de gestión de ubicaciones en el almacén físico.

## **4.5 Tiendas físicas**

- Debe poder crearse nuevas tiendas físicas asociadas.
- Los clientes podrán realizar cualquier gestión de sus pedidos en cualquiera de las tiendas existentes (online o físicas)

- Cada tienda tiene su propio stock y almacén, siendo los agentes los que pueden dar entrada y salida a las mercancías.
- Las ventas y almacenes están conectados, de manera que se puedan hacer devoluciones de otra tienda (tanto física como online) y en caso de necesidad se pueda mover stock de una tienda a otra de manera sencilla.
- Interfaz agente
  - Visualización de productos agrupados por tipologías, con imagen y nombre del producto, precio y stock disponible en la tienda que esté seleccionada. También, en caso de que esté rebajado, tiene que aparecer el precio inicial y el precio con rebaja.
- Código de barras
  - Venta por códigos de barras mediante lector o eligiendo el producto en pantalla mediante clics.
- Cobros
  - Permitir cobrar las ventas mediante diferentes métodos de pago, como efectivo, tarjeta de crédito/débito, etc.
- Datáfono
  - Datáfono conectado a la herramienta mostrando el importe a pagar o devolver, sin necesidad de añadirlo manualmente.
- Cajas
  - Configuración de cajas
  - Posibilidad de crear varias cajas en la misma tienda, así como permisos a diferentes usuarios a cada una de ellas.
- Arqueo de caja
  - Cuadre de caja cuando finalice cada turno, haciendo el recuento del dinero que tienen en el cajón.
- Tickets y facturas
  - Emitir tickets o facturas simplificadas de venta con la información detallada de la transacción, incluyendo el nombre del producto, la cantidad, el precio, el IVA, descuento de producto, descuento de pedido, el importe total, la fecha y hora de la venta, logo y nombre de empresa, Las facturas completas donde figuran los datos de cliente deberán ser emitidas por el Servicio de Contabilidad previa solicitud realizada por el cliente y gestionada por el Servicio de Atención al cliente.
  - Posibilidad de configurar y editar el ticket de compra y añadir cualquier dato que aparezca en el pedido.
  - Poder enviar ticket por email.
  - Tamaño ticket: tiene que estar configurado para imprimirse en una impresora de 80mm.
- Ticket regalo
  - Posibilidad de emitir tickets regalo junto con sus tickets de venta para facilitar el proceso de cambio de artículos por parte

de sus clientes.

#### 4.6 Look and feel

- Personalizar el diseño del front y la posibilidad de modificarlo a lo largo del tiempo. Tener un diseño moderno e innovador y que permita la visualización de todas las categorías de productos y el catálogo completo, y que además permita realizar todos los procesos para el usuario final de forma sencilla, rápida y usable.
- El diseño de la Tienda debe permitir el uso de contenidos audiovisuales para hacerla más atractiva a la compra de productos (como, por ejemplo, videos) y a la activación de promociones.

#### 4.7 Informes

- La herramienta debe suministrar informes estratégicos y operativos de todos los procesos que realiza, por pedidos, productos, clientes, económicos, logísticos, stocks, por tienda, etc. A modo de ejemplo se enumeran:
  - Cuadre de ventas: ventas por referencia, por tipo de impuesto, por zona geográfica, por cliente, vendedor y turno, tipo de dispositivo y canal de venta (online/tienda física).
  - Ratios: facturación media por pedido, pedidos por visitas, porcentaje de rebote por dispositivo
  - Estadísticas de visitas: duración media, origen, páginas visitadas... filtrables por perfil
- Se deberá poder incluir criterios de selección en los informes, tales como: rango de fechas, clientes, tiendas, productos, etc.
- Posibilidad de configurar nuevos informes que se necesiten, así como obtener datos combinados, con diferentes filtros, pudiendo exportarlos a diferentes formatos (Excel, pdf, etc.)

#### 4.8 Pagos

- El cliente podrá comprar productos oficiales con tarjeta bancaria o efectivo. Se estudiará la opción de que también pueda pagar en la tienda online en otros medios de pago como Bizum o Pay Pal. La moneda de pago será euros.

**Será objeto de la contratación el análisis e integración de pagos mediante un agregador que permita la integración con Redsys.**

#### 4.9 Facturación

- Se deberá emitir automáticamente una factura simplificada por cada operación que se realiza independientemente de si se realiza a través de tienda física o tienda online, con números correlativos (rango

350000000-359999999, ya que es necesario que tengan una serie específica).

- Diseño del formato de la factura ajustado a los criterios de METRO.
- Por cada compra que se realice, se debe emitir una factura simplificada en la que se deberán incluir, como mínimo, los siguientes campos:
  - Número y, en su caso, serie.
  - Fecha de expedición.
  - Fecha de operación si es distinta de la de expedición.
  - NIF y nombre y apellidos, razón o denominación social del expedidor.
  - Identificación de los bienes entregados o servicios prestados.
  - Tipo impositivo, y opcionalmente también la expresión “IVA incluido”
  - Contraprestación total.
  - Datos del pago (efectivo o tarjeta, número autorización, nº tarjeta,)
  - Gastos de envío
  - Descuentos

#### 4.10 Contabilización

- Para poder realizar la facturación diaria, a través de un asiento resumen, se necesitará un informe que incluya los siguientes campos:
  - Fecha de venta
  - Tipo impositivo (4% y 21%)
  - Número de factura simplificada
  - Importe total de la venta IVA incluido (por producto)
  - Importe total de la venta IVA incluido (por pedido/factura simplificada)
  - Importe de los gastos de envío (por pedido/factura simplificada)
  - Importe total de las devoluciones IVA incluido (debe incluir el importe de los productos devueltos y de los gastos de envío, si corresponde)
  - Fecha de las devoluciones (debe coincidir con la fecha en la que se realiza la devolución del dinero bien por parte de Tesorería, en la tienda online, o bien por parte de las tiendas físicas)
  - Importe total de los descuentos realizados IVA incluido
  - Producto
  - Número de unidades vendidas por producto
  - Número de pedido
  - Cliente
  - Tienda en la que se ha realizado la venta o las devoluciones
- El informe debe permitir la selección de fechas y ser exportable a Excel.
- Se debe tener en cuenta los casos de Ceuta, Melilla y resto de la UE.

## 4.11 Recaudación

- El terminal de pago debe estar integrado con la aplicación de venta.
- En las tiendas físicas, se debe poder crear turnos de venta y poder realizar arqueos al finalizar cada turno identificando el saldo de la caja. Para un adecuado control de la recaudación en los turnos de trabajo, la aplicación debería llevar la contabilidad del puesto de venta. (saldo inicial + cobros – pagos) de forma que se puedan detectar los descuadres en cada turno.
- Se deberá poder indicar la recaudación que se envía para su recogida por la empresa de recaudación identificando el número de sobre o precinto evitando controles manuales, para poder detectar las diferencias en cada turno.
- Las devoluciones se realizarán sobre la operación de venta inicial, quedando registro de ambas operaciones en el sistema. Habilitar la posibilidad de hacer devoluciones por parte de Tesorería.
- Deberá quedar relacionado el ticket/factura con la operación de pago, ya sea en efectivo, con tarjeta, de forma que exista una trazabilidad completa de la operación de pago con la de venta o pedido.
- El ticket deberá contener información del modo de pago (efectivo o tarjeta) y número de operación de la transacción de pago electrónico, en su caso.
- Se necesitará un informe con los siguientes campos añadidos al Informe de Contabilización del punto 4.11 (detalle para cada operación de venta, devolución anulación)
  - Método de pago
  - Estado actual
  - Cantidades producto devueltas
  - Importe devolución producto Importe devolución

## 5. ENTORNO TECNOLÓGICO EN METRO

### 5.1 Línea Base de la configuración del entorno tecnológico de los Sistemas de Información de Metro

En todo servicio que se realice para el Área de Comunicaciones y Tecnologías de la Información de Metro se debe tener en cuenta la línea base en los ámbitos de desarrollo, sistemas, comunicaciones y seguridad. Ésta se encuentra en el *Anexo\_Lineabase.docx*

Esta información está actualizada a la fecha de emisión del presente Pliego, pudiendo sufrir pequeñas variaciones a lo largo de la vigencia del contrato.

Cualquier tarea que implique la necesidad de salirse de esta línea, deberá ser sometida a aprobación de METRO, con informe justificativo y de alternativas.



## 6. ORGANIZACIÓN DE LOS TRABAJOS

Tal y como se desprende del apartado de ALCANCE de este documento, durante este contrato se deberán realizar tres fases bien diferenciadas:

- FASE 1: Preparación del servicio: consultoría, desarrollo, configuración, implantación y despliegue a producción de la nueva Tienda
- FASE 2: Ejecución del servicio: mantenimiento/consultoría/soporte durante los meses de duración del servicio propiamente dicho.
- FASE 3: Fin del servicio: devolución del servicio.

### 6.1 Fase 1 – Preparación del servicio

En esta fase, se llevarán a cabo las siguientes tareas:

- Reunión de inicio de los trabajos.
- Consultoría y análisis de las funcionalidades y requisitos solicitados por parte de todas las áreas involucradas en la tienda por parte METRO.
- Elaboración y entrega del documento de “Análisis conceptual de la nueva Tienda” con la solución propuesta a implantar en la plataforma Shopify Plus o equivalente.  
En este documento se deberá detallar tanto la funcionalidad básica de Shopify Plus o equivalente a utilizar, como todas las apps adicionales de Shopify Plus o equivalente que sean necesarias adquirir junto con sus importes o bien otras alternativas gratuitas y sus limitaciones.  
Este documento deberá ser aceptado por METRO, antes de comenzar los trabajos.
- Diseño y maquetación de la tienda online atendiendo a los requisitos de METRO.
- Desarrollo y configuración sobre Shopify Plus o equivalente para implementar las funcionalidades solicitadas por METRO.
- Carga de contenidos: Migración de los contenidos de la actual tienda online a la nueva tienda en Shopify Plus o equivalente.
- Configuración de perfiles y asignación a los usuarios de METRO de la plataforma.
- Pruebas y aceptación formal del funcionamiento de la nueva Tienda por parte de METRO.
- Entrega del certificado del nivel de accesibilidad AA tras la realización de las validaciones pertinentes.
- Reunión de acta de recepción de la nueva Tienda.
- Formación a las personas que Metro defina para la gestión de la plataforma con sus diferentes perfiles/roles.
- Implantación y despliegue a producción.
- Gestión y seguimiento durante toda la duración de esta fase,

siguiendo los procedimientos de METRO. En la reunión de inicio de los trabajos se determinará la frecuencia de las reuniones de seguimiento durante esta fase.

## 6.2 Fase 2 – Ejecución del servicio

Una vez que la tienda esté operativa, comenzará esta fase.

Se llevarán a cabo las siguientes tareas:

- Mantenimiento correctivo.
- Soporte telefónico funcional en español, días laborables, en horario de 8:00 a 17:00.
- Notificación de las actualizaciones y novedades de la plataforma a METRO
- Formación continua conforme a la evolución de Shopify Plus o equivalente y otros módulos y herramientas que se hayan incorporado.
- Mantenimiento evolutivo sobre funcionalidades en uso y nuevas funcionalidades de complejidad pequeña o media.
- Asesoramiento funcional
- Revisión de la estrategia de medición de los principales indicadores y datos de la web (comportamiento de clientes, tráfico recibido, etc).
- Gestión y seguimiento de la prestación del servicio durante toda la vigencia del contrato, siguiendo los procedimientos de METRO. Al comienzo de esta fase, se determinará la frecuencia de las reuniones de seguimiento durante esta fase.

## 6.3 Fase 3 – Fin del servicio

La devolución del servicio comenzará dos (2) meses antes de la fecha de finalización del contrato, o de sus prórrogas en caso de que se produzcan. Su objetivo es llevar a cabo la transición en la prestación del servicio entre el CONTRATISTA del presente contrato y el siguiente proveedor del servicio, en el caso de que se trate de proveedores distintos.

El CONTRATISTA del presente contrato deberá colaborar plenamente en esta transición, facilitando al nuevo CONTRATISTA toda la información disponible sobre la prestación del servicio que éste demande, debiendo colaborar en la migración a la infraestructura del nuevo CONTRATISTA proporcionando toda la información requerida por éste, comprometiéndose a que los servicios se continúen prestando con el nivel de servicio exigido hasta que se complete la transferencia de conocimiento y la responsabilidad del servicio pase al nuevo CONTRATISTA.

A priori, se necesitará la descarga de todos los datos de la Tienda hasta la fecha, pedidos, productos, categorías, clientes con todos sus datos asociados, etc.

Se elaborará un acta de reunión de aprobación por parte de METRO

de la correcta realización de esta fase.

## 7. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

El CONTRATISTA estará obligado a la realización de las siguientes tareas/acciones durante la ejecución del contrato:

- Asignar un responsable del proyecto.
- Realizar la gestión, seguimiento y control del servicio hasta la finalización del contrato.
- Disponer de los canales de comunicación necesarios (email, teléfonos, etc.) para facilitar y agilizar todas las actividades que se requieran entre METRO y el CONTRATISTA (notificación de incidencias, soporte funcional, etc., tanto dentro del horario de oficina como fuera de él).
- Soporte telefónico funcional en español, días laborables, en horario **de 9:00 a 17:00**.
- Notificar a METRO cualquier interrupción planificada (o no) que afecte a la prestación del servicio desde la plataforma con la mayor antelación posible.
- Mantener las reuniones de seguimiento mensuales que se fijen durante la duración del contrato, así como otro tipo de reuniones más específicas que se requieran. La periodicidad de las reuniones de seguimiento podrá modificarse de forma consensuada.
- Elaboración y entrega de un **Informe de seguimiento mensual**, en el que se incluirá entre otros apartados, la facturación. Este informe será verificado por el responsable del servicio de METRO y servirá como base para la facturación y aplicación de penalizaciones si procede. El contenido concreto de este informe se comunicará al comienzo del servicio y se entregará en el formato establecido por METRO, **dentro de los 5 primeros días hábiles del mes siguiente**, pudiendo ser actualizado tanto contenido como formato durante el contrato.
- Elaboración de las **actas de todas las reuniones** de seguimiento y técnicas que se realicen. Las actas deberán entregarse **dentro del plazo máximo de 3 días hábiles después de su realización**.
- Disponer de una herramienta que permita registrar y hacer seguimiento de las incidencias y peticiones que se reporten por parte de METRO.

Madrid, 28 de MAYO de 2024

