

# Guia d'elaboració de projectes digitals

## **Públic destinatari d'aquesta guia**

Aquesta guia va dirigida, d'una banda, a professionals del Vall d'Hebron Barcelona Campus i, de l'altra, a empreses/col·laboradors interns i externs que tenen l'objectiu de desenvolupar un projecte digital (web o aplicació mòbil) per a Vall d'Hebron Barcelona Hospital Campus.

## **Introducció**

Segons l'estratègia digital de Vall d'Hebron Barcelona Hospital Campus, totes les webs i projectes digitals en general han de quedar integrades dins l'ecosistema de Vall d'Hebron. Treballem per un model web que expliqui el campus com la suma de les quatre institucions, on assistència, docència i recerca es donen la mà i on els serveis a les persones són al centre. El nostre claim és "el pacient, primer".

## **Estratègia digital**

El web [www.vallhebron.com](http://www.vallhebron.com) és la porta principal per accedir als serveis del campus. Aquesta voluntat es regeix per un doble principi:

- Tenir un model escalable i sostenible en quant a manteniment i generació de continguts (aquests hauran de treballar-se amb una estratègia d'interrelació que permeti la compartició de dissenys, continguts i serveis);
- Millorar el posicionament global de l'ecosistema Vall d'Hebron.

## **Objectius**

L'objectiu és unificar la presència digital per:

1. Incrementar el reach i l'autoritat de la nostra marca a nivell digital:
  - Web com a centre de l'estratègia digital (més pàgines vistes als nostres sites).
  - Xarxes socials (increment dels followers).
  - Descàrregues i sessions de l'APP.
2. Millorar els continguts de valor que ens permetin generar engagement i crear comunitat.
3. Introduir serveis que millorin la utilitat de les nostres eines digitals.

## **Principis**

**1. Principi d'alineament amb l'estratègia de Campus.** Les iniciatives digitals han de donar resposta a objectius emmarcats en els diferents plans i programes estratègics del Campus i de transformació digital de processos i han d'estar alineades amb els nostres principis.

**2. Principi d'innovació i creativitat.** Prioritzar aquelles iniciatives que realment comportin una transformació o creació de serveis que aportin valor afegit als ciutadans.

**3. Principi d'eficiència.** Existeixen diferents alternatives per portar continguts i serveis al mòbil (web mòbil, app nativa, app híbrida,...). En cada cas cal escollir la tecnologia més adient en funció dels objectius i *target* del projecte, assegurant el retorn de la inversió, l'escalabilitat i qualitat de la iniciativa.

**4. Principi de sostenibilitat i model de negoci i d'explotació.** Totes les iniciatives requereixen d'una **inversió inicial i d'un manteniment** recurrent, tant pels aspectes tècnics com els de comunicació, que formen part del cost total del projecte. Cal valorar el cost total del projecte en relació al retorn d'aquesta inversió i garantir el manteniment i millora. La col·laboració públic-privat i l'obertura de dades són elements que faciliten la sostenibilitat dels projectes en mobilitat. El **model de negoci** dependrà en cada cas, però prevaldran els projectes en servei de la comunitat lliures i gratuïts.

**5. Principi de millora de l'experiència de pacient i eficiència assistencial.** Els projectes digitals dirigits a pacients han d'aportar un benefici pel pacient, alhora que un estalvi de costos i millora de processos per a l'organització. És per això que els projectes han d'aportar una evidència científica en aquest sentit.

**6. Principi d'integració amb l'estratègia de comunicació digital.** Integració i coordinació amb l'estratègia digital tenint en compte que la comunicació dels projectes mòbils forma part d'una estratègia global que permet aprofitar les sinergies i donar coherència als diferents canals (web, apps, xarxes socials, etc.) de Vall d'Hebron.

**7. Principi de legalitat i propietat intel·lectual.** Es respectarà el marc jurídic vigent d'aplicació al Campus i tot allò relatiu a la propietat intel·lectual.

**8. Principi de qualitat tècnica, d'experiència de l'usuari i de continguts.** Assegurar una bona experiència d'usuari garantint la qualitat tècnica, la usabilitat, l'accessibilitat i la idoneïtat dels continguts.

**9. Principi d'integració amb sistemes informàtics i seguretat.** Integració i coordinació amb les eines de la xarxa corporativa i alineació amb el pla de sistemes i la seva prioritització.

**10. Principi de comunicació i posicionament.** La comunicació en mitjans propis i aliens és essencial per donar a conèixer els serveis mòbils als públics identificats tant en el moment del llançament com al llarg de tot el cicle de vida del producte/servei. El posicionament de les apps en els diferents markets i a internet en general és clau per a que arribi al nivell de descarregues i ús recurrent per a la seva rentabilitat.

**11. Principi d'evolució i actualització.** Especialment en el cas de les aplicacions mòbils, les evolucions planificades de funcionalitats, de continguts i les adaptacions als nous sistemes operatius són claus per afavorir la adopció per part dels ciutadans. Per tant, tots els projectes han de comprometre's-hi.

## Model de presència digital

Vall d'Hebron presenta una proposta de valor molt ben definida al voltant del concepte “*Sempre, el pacient primer*” el qual s'ha de traslladar a qualsevol iniciativa digital. Per fer-ho ens marquem uns reptes a assolir:

1. Comunicació humana.
2. Utilitat i valor per l'usuari a través de serveis i continguts, a partir dels eixos estratègics de Vall d'Hebron.
3. La web centre del nostre ecosistema digital, per reforçar el posicionament global de Vall d'Hebron a nivell digital.
4. Som un servei públic també en el pla digital, universal i gratuït.
5. La nostra presència digital ha de ser en català, com a mínim.
6. Sostenible, competitiu en el mercat i viu en el temps.

Aquests eixos estratègics són:

1. Assistència
2. Recerca
3. Docència i formació
4. Mecenatge, voluntariat i RSC
5. Innovació
6. Millora de l'experiència de pacient
7. Salut comunitària i prevenció
- 8.

**1. Comunicació humana.** Vall d'Hebron Barcelona Hospital Campus està format per personal compromès que dirigeix els seus serveis i excel·lència a persones en moments especialment

sensibles de la seva vida. És per això que cal pensar en els usuaris i com fem accessibles els nostres serveis digitals, intentant-ho fer de la manera més senzilla possible i accessible. **És important que ens dirigim a ells amb empatia, humilitat i comprensió**; això els proporcionarà una bona experiència amb l'organització. **Experiència de persona a persona. És per això que cal pensar en els usuaris i com fem accessibles els nostres serveis digitals, intentant-ho fer de la manera més senzilla possible i accessible.**

**2. Utilitat i valor per l'usuari a través de serveis i continguts.** Apostem per un model basat en els continguts i els serveis que aportin valor a l'usuari. És per això cal pensar i generar continguts de valor en els diferents punts de contacte amb l'usuari, que el porti a una bona experiència digital. Cal ampliar l'oferta de **continguts d'utilitat, relacionats amb la seva salut i prevenció**, i especialment en **producció audiovisual**, un format de contingut que facilita el consum.

**3. La web centre del nostre ecosistema digital, per reforçar el posicionament global de la marca Vall d'Hebron a nivell digital.** La web serà el centre neuràlgic de la nostra estratègia digital, el que ha de **contenir tota la informació i serveis que després es propagarà per altres canals digitals**, adaptada al to i llenguatges específics. Ha de servir de base per a la transformació digital oferint serveis i contingut de qualitat, **crear interrelació i presència de les xarxes socials, captació de dades, mecenes i voluntaris**. Continguts útils i serveis per l'audiència. **Busquem l'engament i això s'aconsegueix buscant ser útils, participatius i buscar les emocions dels usuaris perquè participin del missatge**. Treballar i concentrar esforços a partir del web ajudarà a reforçar la nostra reputació digital, imatge de marca i valor. Ha de ser el punt de referència on trobar-ho tot.

**I per donar aquesta consistència al nostre ecosistema digital, ens ajudarà una marcada identitat Vall d'Hebron.** Com en el món offline, cal **reforçar la imatge de marca** a través de:

- la seva estructura digital
- així com de la identitat visual.

És per això que en la mesura del possible tots els canals digitals i plataformes:

- 1) s'aglutinaran a través del portal vallhebron.com, els canals en xarxes socials corporatives, els markets d'aplicacions mòbils de Vall d'Hebron i una única eina relacional.
- 2) s'adaptaran als protocols d'identitat gràfica i visual de Vall d'Hebron, tant en el món web, aplicacions mòbils, xarxes socials i els continguts audiovisuals

**Manuais i recursos a disposició d'un projecte:**

- Guia d'indicacions bàsiques per construir un nou web de vall d'Hebron.
- Guia d'estil gràfic per webs i apps.
- Guia d'estil gràfic per XXSS.
- Grafisme corporatiu per a vídeos.
- Arxius PSD per descarregar i poder fer-los servir com a plantilla.
- Guia d'estil lingüístic.
- Guies tècniques.
- Guies legals.

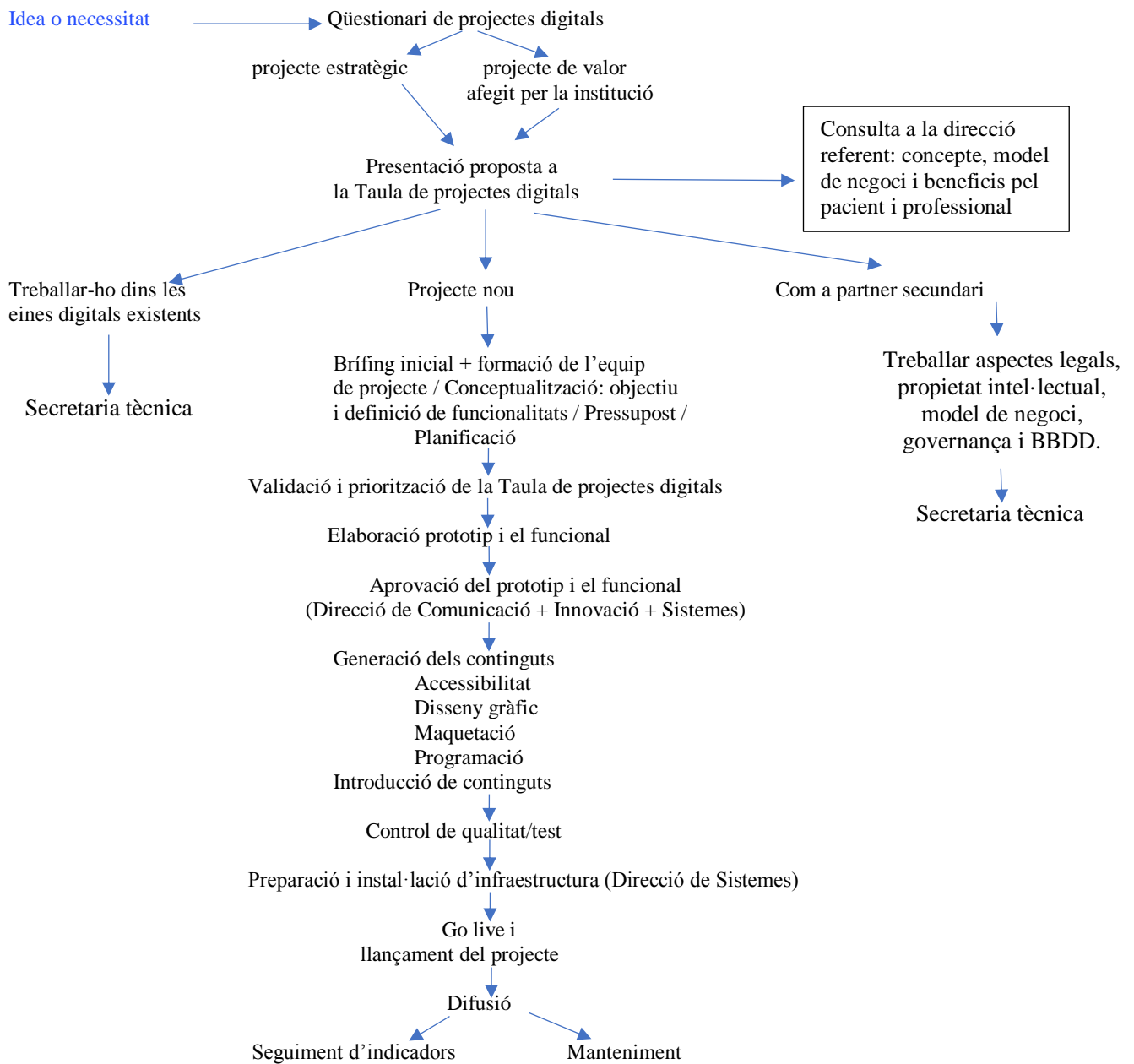
**4. Som un servei públic en salut també en el pla digital, universal i gratuït.** Treballem per posar la salut a l'abast de tothom. La Llei d'accés universal a l'assistència sanitària garanteix que qualsevol persona que visqui a Catalunya pugui accedir a totes les prestacions de la sanitat pública a càrrec del CatSalut. Seguint aquest mandat tots els serveis adreçats a pacients que ofereixi Vall d'Hebron des de les seves plataformes digitals també seran gratuïts.

**5. La nostra presència digital ha de ser en català, com a mínim.** D'acord amb la legislació vigent el català és la llengua que s'ha d'emprar i s'empra normalment a la Generalitat de Catalunya, tant en comunicacions internes com en la relació amb les persones físiques i jurídiques residents en l'àmbit lingüístic del català. Aquest principi també és aplicable a les administracions locals, les altres corporacions públiques i les institucions i les empreses que en depenen. Els ciutadans tenen dret a rebre les comunicacions i notificacions en castellà si ho demanen. Així doncs, les llengües obligatòries són el català, el castellà, i, quan sigui possible, l'anglès com a llengua estrangera. L'ús d'altres llengües es preveu segons el tema i les necessitats contextuals. **Decret 107/1987, de 13 de març, pel qual es regula l'ús de les llengües oficials per part de l'Administració de la Generalitat de Catalunya**

**6. Sostenible, competitiu en el mercat i viu en el temps.**

## MANUAL DE CREACIÓ DE PROJECTES DIGITALS

### CIRCUÏT DE CREACIÓ D'UN PROJECTE DIGITAL



## **Circuit de petició de creació de projectes digitals**

És necessari que contacteu amb la Direcció de Comunicació per tal d'analitzar conjuntament les necessitats del projecte així com el suport necessari a fi d'establir les bases del futur projecte, que serà valorat a través de la Taula Digital.

### **1) Definició i viabilitat dels projectes digitals**

#### **1.1 Petició de projecte**

Qualsevol iniciativa en l'àmbit digital ha de tenir en compte un conjunt de consideracions prèvies, que tenen en compte diversos aspectes estratègics del Campus, de conceptualització i de disposició de recursos.

Per aquest motiu qualsevol projecte digital que es vulgui desenvolupar haurà de ser aprovat per la Taula de projectes digitals i coordinat amb tots els departaments implicats en el projecte.

Per aquest fi existeix un qüestionari per la definició del projecte que verifica les decisions estratègiques clau i requeriments a tenir en compte en l'activitat digital.

- [Qüestionari per la definició del projecte](#)

*Recepció del qüestionari: secretaria tècnica de la taula (Barbara Montaner)*

#### **1.2 Validació**

La secretaria tècnica portarà a la taula totes les peticions i s'avaluarà si el projecte passa a la fase de conceptualització i recollirà les consideracions de tots els departaments implicats a la taula.

### **2) Conceptualització**

#### **2.1 Formació de l'equip del projecte**

Definir les persones implicades en el dia a dia de seguiment del projecte.

#### **2.2 Elaboració del brínging**



És el document on s'explica a l'agència o a qui hagi de conceptualitzar el projecte quines són les necessitats i objectius del mateix. Cal tenir en compte si el projecte és per a professionals interns de Vall d'Hebron o es dirigeix al públic general. És responsabilitat del servei peticionari, conjuntament amb la secretaria tècnica, i ha d'incorporar els requeriments de sistemes, de gestió de la informació, legals i ètics. Caldrà elaborar-lo un cop s'aprovi tirar endavant el projecte per facilitar la conceptualització del desenvolupament.

### **2.3 Valoració econòmica del projecte**

S'ha de comptar amb el pressupost necessari per la seva execució, nomenar un responsable específic del projecte i dotar dels recursos necessaris per al seu manteniment.

El pressupost ha de contemplar:

- Desenvolupament tecnològic
- Desenvolupament i creació de continguts
- Campanya de difusió

En cas de superar 15.000€ (més IVA), s'ha de fer una licitació pública.

### **2.4 Calendari**

S'ha d'establir un calendari per planificar el projecte: es pot fer un més general amb grans fites i un més detallat de cada tasca, per anar-lo modificant en funció de com avança el projecte.

## **3. Valoració i priorització**

La secretaria tècnica portarà a la taula tots els projectes amb la valoració i es prioritzarà o planificarà, segons s'escaigui. Si cal es portarà la decisió al Comitè Executiu.

**Es tindrà en compte:**

- Valoració d'esforç en temps i en recursos.
- Priorització envers la resta de projectes digitals en curs o en cartera.
- Planificació i assignació de recursos al projecte.
- Identificació de les necessitats d'infraestructura i adaptació dels sistemes existents.

## **4. Arrancada del projecte i desenvolupament**

#### 4.1 Recerca de proveïdor o licitació pública si s'escau

#### 4.2 Elaboració de requeriments tècnics i reunió de kick off amb tots els agents implicats

S'hauran de tenir en compte una sèrie de factors a la reunió de kick off:

- Proposta de Conveni a revisar pels Serveis Jurídics en el que s'inclouï:
  - Definició de la Propietat Intel·lectual
  - Protecció de dades
  - Avís legal i política de cookies
  
- Naming a validar per la Direcció de Comunicació
  
- URL – estructura Vall d'Hebron segons la guia
  
- Hosting als servidors de Vall d'Hebron (VHIR o Hospital)
  
- Disseny. Entrega a l'inici del projecte:
  - Wireframe (prototip) i estructura de continguts (arbre i arquitectura Web personalitzada)
  - Entorns: heather, codi de colors, tipos amb el look & feel segons guia d'estil corporativa (brand book).
  - Tenir en compte l'avatar, la barra corporativa estandaritzada per assegurar homogeneïtat i l'splash.
  - Responsive
  - Criteris d'accessibilitat
  - Open Source
  - Compliment de la guia de requisits de característiques tècniques
  
- Idioma: mínim en català i seguint la guia d'estil lingüístic i amb correcció ortotipogràfica professional.
  
- Xarxes Socials: segueix-nos + activitat
  
- Anàlítica google (codi seguiment)

- Preveure pàgines d'error
  - 404
  - 500
- Testing previ al llançament
  - A tots els navegadors
  - Multidispositiu
- Pla de manteniment

### 4.3 Desenvolupament

S'haurà de seguir les pautes gràfiques i les indicacions bàsiques per construir una web o app. També caldrà incloure els elements corporatius bàsics: avatar, barra corporativa, codi de seguiment de Google Analytics.

Passos:

#### 1) Wireframes (prototip)

S'ha de definir l'arbre de continguts, fer el mapa web amb l'arquitectura de pàgines i el seu flux de navegació, i crear una estructura esquemàtica de cada una de les possibles pàgines del web/app sense els elements gràfics, que mostrin el contingut i els diferents comportament de les pàgines, tant per la versió escriptori com per la versió mòbil o app. Normalment ho fa l'empresa contractada i cal l'aprovació de la Direcció de Comunicació i dels departaments necessaris segons el projecte.

#### 2) Funcional

S'analitzen els requeriments del projecte i es defineix una solució de forma detallada aplicada a la tecnologia escollida per al projecte. Normalment ho fa l'empresa contractada i cal l'aprovació de la Direcció de Comunicació, Sistemes i dels departaments necessaris segons el projecte.

#### 3) Disseny gràfic

S'ha definit la corresponent guia d'estil i caldrà tenir-la en compte a l'hora de plantejar el disseny. A més, el disseny ha de complir amb els criteris d'accessibilitat.

La tasca recau en l'empresa contractada, però la Direcció de Comunicació ha de fer seguiment i validació.

#### **4) Generació dels continguts**

Els textos i copys han d'estar escrits correctament en totes les llengües amb què es publica el projecte digital. Caldrà seguir la guia d'estil lingüístic i corregir i traduir els continguts, com a mínim i obligatòriament al català i castellà, a més l'anglès es recomana. Les correccions i traduccions dels continguts van a càrrec del departament impulsor del projecte.

S'han de tenir en compte tots els aspectes de la propietat intel·lectual: s'ha de verificar si una obra (text, imatge o vídeo) és pròpia o disposa del drets d'autor.

#### **5) Maquetació i Programació**

A càrrec de l'empresa contractada.

#### **6) Introducció de continguts**

Segons el projecte es definirà qui en serà el responsable, preferentment l'empresa contractada. Per incloure vídeos al web o aplicació, primer s'hauran de validar amb la Direcció de comunicació i es penjaran al canal Youtube de Campus.

#### **7) Testing**

Revisar que tot el web està correcte, en tots els aspectes (tècnic, contingut, disseny, lingüístic, etc). Entre d'altres, cal preveure el test en els diversos dispositius i navegadors.  
*Departament responsable: Direcció de Comunicació.*

### **5) Llançament del projecte**

Passos:

- Preparació i instal·lació de la infraestructura
- Formació per als usuaris clau pel manteniment
- Revisió i aprovació abans de la sortida del projecte
- Requeriments pel pas a producció i calendari de llançament
- Go-live o pas a producció

### **6) Promoció i difusió**

L'impulsor del projecte fa la proposta de promoció amb l'assessorament de la Direcció de Comunicació, que ho valida.

### **7) Avaluació i seguiment**

Un projecte digital sempre requereix de seguiment per valorar-ne l'ús, millores, manteniment tècnic i assoliment d'objectius. El responsable serà el departament impulsor del projecte i la secretaria tècnica vetllarà per fer-ne el seguiment i de nexa amb la Taula de projectes digitals.

### **8) Donar de baixa un web o App**

Caldrà posar-se en contacte amb la Direcció de Comunicació.

## **MANUAL DE CREACIÓ DE WEBS I APPS DE VALL D'HEBRON**

### **1. Política de Dominis**

Tenim un domini que és [www.vallhebron.com](http://www.vallhebron.com) a partir del qual s'estructura tota l'ecosistema digital. La resta d'institucions i webs transversals s'estructuren a partir de subdominis. Exemples:

- hospital.vallhebron.com
- aula.vallhebron.com

A partir d'aquí es creen webs per directori, exemple:

- [www.vallhebron.com/cancer](http://www.vallhebron.com/cancer)
- [www.vallhebron.com/nomdelweb](http://www.vallhebron.com/nomdelweb)
- [hospital.vallhebron.com/atencioalaciutadania](http://hospital.vallhebron.com/atencioalaciutadania)
- [hospital.vallhebron.com/nomdelweb](http://hospital.vallhebron.com/nomdelweb)

#### **Per accions de comunicació**

Per campanyes de comunicació s'ha creat una estructura de landings flexible que es regeix pels següents patrons:

- [l.vallhebron.com/nomdelacampanya](http://l.vallhebron.com/nomdelacampanya)

Pel sistema de newsletter intern per la versió web s'ha creat el següent domini:

- [nlsomvh.vallhebron.com/newsletter](http://nlsomvh.vallhebron.com/newsletter)

Es permetrà excepcionalment la creació d'un domini propi per a campanyes institucionals que segueixin els següents criteris:

- disposin d'inversió publicitària
- siguin transversals i superin la durada d'un any

En qualsevol cas, es redirigirà a un subdomini intern de l'ecosistema Vall d'Hebron, per tal d'assegurar l'autoritat del domini principal de la institució.

Per altres supòsits s'estudiarà cas a cas.

## 2. Servidor

Els webs han d'estar allotjats al servidor de l'Hospital o de l'Institut de Recerca segons sigui el cas. Per a les APPS hauran d'estar publicades a través de la botiga del Campus.

Els avantatges d'estar en el servidor de l'Hospital són:

- Suport en cas d'incidències (errors de funcionament)
- Seguretat de les dades i els continguts
- Estadístiques
- Assessorament

Si es tracta d'un projecte extern que liderem s'haurà de valorar la necessitat d'un servidor extern i el cost l'ha d'assumir l'àrea responsable del web.

Els projectes s'han d'adequar a les següents característiques de servidor:

- php 7.1
- MariaDB
- Entorn Linux

## 3. Característiques

### **Mobile first**

Tots els projectes s'han de pensar per ser mòbils.

### **Usabilitat i disseny**

L'aplicació mòbil ha de complir uns nivells d'alta usabilitat i de disseny curós. És important seguir les guies de disseny d'Apple i d'Android per tal de tenir coherència amb cada sistema operatiu.

- Guia disseny Apple: <https://developer.apple.com/design/>
- Guia disseny Android: <https://developer.android.com/design/index.html>

### **Gestor de continguts (CMS)**

Cal decidir quina tecnologia es farà servir per crear el web, es primarà fer servir tecnologia OpenSource. Actualment el CMS pel que s'ha apostat és Drupal, però també hi ha la possibilitat de fer servir WordPress o bé fer un web estàtic (pàgines HTML), en funció de la magnitud del projecte.

La voluntat és poder integrar altres serveis del Campus dins el projecte digital (Mapa, Notícies, Agendes, Aplicacions Recomanades), tots ells desenvolupats amb Drupal.

Per projectes específics caldrà preveure la integració de widgets que relacionin continguts provinents d'altres CMS. Caldrà tenir en compte els desenvolupaments necessaris.

### **Webs Responsives**

Tots els webs han de ser responsius, s'ha de visualitzar correctament en ordinadors d'escriptori, tablets i mòbils.

Es treballen com a mínim els següents talls: 1.280 px o superior | 1.024 px | 767 px per a versions mòbils i altres inferiors.

El web s'ha de poder visualitzar correctament en tots els navegadors: IE11 + Chrome + Firefox + Safari.

### **Idiomes**

D'acord amb la legislació vigent el català és la llengua que s'ha d'emprar i s'empra normalment a la Generalitat de Catalunya, tant en comunicacions internes com en la relació amb les persones físiques i jurídiques residents en l'àmbit lingüístic del català. Aquest principi també és aplicable a les administracions locals, les altres corporacions públiques i les institucions i les empreses que en depenen. Els ciutadans tenen dret a rebre les comunicacions i notificacions en castellà si ho demanen. Així doncs, les llengües obligatòries són el català, el castellà, i, quan sigui possible, l'anglès com a llengua estrangera preferible. L'ús d'altres llengües es preveu segons el tema i les necessitats contextuais. Es regeix pel Decret 107/1987, de 13 de març, pel qual es regula l'ús de

les llengües oficials per part de l'Administració de la Generalitat de Catalunya

([http://llengua.gencat.cat/ca/serveis/informacio\\_i\\_difusio/legislacio\\_i\\_drets\\_linguistics/llei\\_de\\_politica\\_linguistica/llei\\_1\\_1998\\_de\\_7\\_de\\_gener\\_de\\_politica\\_linguistica/versio\\_web](http://llengua.gencat.cat/ca/serveis/informacio_i_difusio/legislacio_i_drets_linguistics/llei_de_politica_linguistica/llei_1_1998_de_7_de_gener_de_politica_linguistica/versio_web))

L'ús d'altres llengües es pot preveure segons la temàtica.

Vall d'Hebron disposa d'un [Manual lingüístic](#).

A nivell tècnic o d'estructura de la web, les traduccions han d'anar en directori. Exemple:

- [www.vallhebron.com/ca](http://www.vallhebron.com/ca)
- [www.vallhebron.com/es](http://www.vallhebron.com/es)

### **Traduccions i revisions**

Els textos i copys han d'estar escrits correctament en totes les llengües amb què es publica el projecte digital. Les correccions i traduccions dels continguts van a càrrec del departament.

Per reduir despeses i garantir la unitat i correcció lingüística del web es recomana treballar amb l'empresa contractada per la Direcció de Comunicació (Linguaserve).

### **Notificacions push**

Disposem d'un sistema propi d'enviament de notificacions push que haurà de ser centralitzat.

### **Single Sign-on**

Single Sign-on és un procediment d'autenticació que permet a l'usuari accedir a varis sistemes amb una única identificació. Per tots aquells projectes adreçats a professionals de Vall d'Hebron caldrà preveure un login únic a través de la plataforma de comunicació interna corporativa.

### **Cercador**

Cal preveure que el web disposi d'un cercador integrat al domini [www.vallhebron.com](http://www.vallhebron.com), de tal manera que des del web principal s'indexi tot el contingut d'una manera estructurada.

Vall d'Hebron defineix el seu sistema de buscador amb SORL, caldrà demanar la seva integració en el projecte a la Direcció de Comunicació.

### **Versions mínimes suportades**



Les versions de les apps han de suportar com a mínim les versions següents de programari:

- Android: 4.1 o superior
- iOS: 10.0 o superior

### **Guia d'estil gràfic digital**

Les diferents pantalles de l'aplicació, els colors, tipografies i fons han de seguir la línia gràfica de Vall d'Hebron.

La tipografia que es farà servir és la Raleway. URL font:

- <https://fonts.google.com/specimen/Raleway>
- <https://www.fontsquirrel.com/fonts/raleway>

### **Vídeos**

Per incloure vídeos al web o aplicació, primer s'hauran de validar amb la Direcció de comunicació i es penjaran al canal Youtube de Campus.

Les persones referents són: Paula Beneyto (canal Youtube) i Andreu de Haro (vinculació de vídeos al projecte).

### **Pàgines d'error**

- **404:** Totes les webs han de disposar de pàgina d'avís 404 de pàgina d'error.
- **Error 500**

### **Xarxes Social**

S'ha contemplar de quina manera es mostren els perfils socials corporatius i els propis del web (icones, Widgets, etc.)

Preveure la presència de les xarxes en 2 sentits:

- Com incloure els icones de "segueix-nos".
- L'activitat a les xarxes.

La referent en XXSS és Paula Beneyot, a qui també cal demanar els nous comptes en xarxes, si s'escau. La petició de nou compte l'ha de fer directament el Departament.

### **Captació de dades**

S'ha d'intentar preveure mecanisme de captació de dades i coneixement de l'usuari per oferir un valor diferencial, amb informació personalitzada, continguts de qualitat especialitzats segons les seves necessitats.

#### 4. Elements corporatius

##### **Elements mínims a incloure**

L'aplicació ha de complir un mínim de recursos/elements a incloure. En la mesura del possible o segons la usabilitat de l'app s'han d'incloure els elements següents:

- Mapa del Campus: És un webview d'una plana realitzada en Drupal per incloure-la a l'app.
- Donacions: pàgina web que s'incrusta a l'app. Aquesta pàgina és responsive. És un webview.
- Altres apps: llistat d'apps del Campus i apps recomanades de salut. És un webview d'una plana realitzada en Drupal per incloure-la a l'app.
- Ajuda i comentaris: formulari dins de l'app per tal que l'usuari pugui donar idees/suggeriments de com millorar l'app.
  - o Contacte assistència tècnica: formulari de contacte per demanar ajuda tècnica
  - o Suggereix una funció nova o millora d'una actual: formulari de contacte per suggerir funcions noves i/o suggeriments
  - o PMF: llistat de preguntes més freqüents de l'aplicació (només per apps mínimament complexes).
- Avís legal.

Com incloure aquests elements?

Barra inferior:

- Mapa
- Donacions

Dins del menú (Pot ser en menú desplegable):

- Altres Apps Vall d'Hebron
- (Dins de configuració)
  - o Ajuda i comentaris
    - § Millores
    - § Preguntes Més Freqüents (PMF/FAQ)
  - o Privadesa / Avís legal
  - o Llicències de programari (si n'hi ha)

### **Barra corporativa / Google Analytics / Splash**

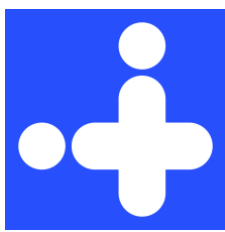
Un cop la web o l'aplicació està validada es demana la barra corporativa corresponent, el codi del Google Analytics, l'avatar i l'splash, que proporcionarà la Direcció de Comunicació.

La barra corporativa és un element que existeix a tots els webs per assegurar que la imatge corporativa sigui homogènia. Es proporciona un fragment XHTML per a cada web.

Es poden veure més detalls a la Guia d'estil gràfic.

### **Icona de llançament o Avatar i favicon**

Les icones de llançament per a aplicacions són el primer punt de contacte amb l'usuari i conviuen amb moltes altres a les pantalles dels telèfons mòbils dels usuaris. Per això han de ser fàcilment identificables i les formes simples són les que tenen major efectivitat. L'avatar principal del campus es compon de: contenidor, del color blau corporatiu, i contingut, logotip:



D'aquesta representació se'n declinaran la resta d'avatars d'aplicacions amb segell "Vall Hebron". Estaran composts per: contenidor, base del color blau corporatiu, i contingut, logotip a la part superior dreta i nom de l'aplicació en la base inferior interna (aplicant la tipografia anteriorment descrita). S'ha de sol·licitar a la Direcció de Comunicació la seva realització.

Exemple:



Es podran fer excepcions en el codi de color quan es derivi d'alguna necessitat específica o quan el seu ús sigui destinat a la comunicació interna, que serà la versió en negatiu, és a dir fons blanc amb la icona blava.

Nota: Quan IOS mostra la icona a la pantalla d'inici d'un dispositiu, s'agrega automàticament cantonades arrodonides.

## **5. Analítica**

Per al correcte desenvolupament de projectes digitals cal mesurar els resultats dels productes que tenim al mercat i disposar d'indicadors per a fer-ne el seguiment.

### **Google Tag Manager**

El Web haurà d'incloure el Codi de Google Tag Manager per a que puguem fer un seguiment d'indicadors, i sumi als indicadors globals de Vall d'Hebron. El codi el proporcionem conjuntament amb la barra corporativa.

A més de demanar l'alta, cal preveure quines coses han de ser mesurables i etiquetar el web adequadament i informar prèviament als maquetadors/programadors. Alhora, caldrà pensar en els informes periòdics que es voldran fer.

## **6. SEO i ASO**

Per millorar el posicionament web cal tenir en compte el posicionament als cercadors amb SEO In-page i SEO Off-page. És a dir, la responsabilitat és doble: en la maquetació/programació cal tenir en compte una sintaxis correcte i cal habilitar els camps necessaris per omplir les metes, però també cal treballar els continguts i la política de links interns i externs. I les tècniques ASO, pel bon posicionaments a les botigues d'aplicacions.

Ens regim per la guia oficial de Google:

(<https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=es>) i la Direcció de Comunicació acompanyarà en aquest procés.

La web ha de tenir:

- Contingut original, interessant (infografies, vídeos, videografies) i actualitzat. La freqüència d'actualització d'un site és un dels principals criteris de google a l'hora d'indexar un site.

- Establir per quins criteris clau voldríem posicionar-los i treballar-los al llarg del contingut.
- Ús de paraules clau tant als títols, description, com al cos del text (keyword strategy). Cal fer constantment ús d'eines que ens permetin mirar les tendències de cerca, que ens diguin que busca la gent de nosaltres dins el site i no troben, etc.
- Autoritat del domini: agrupar dins d'un sol domini tota l'autoritat de la nostra marca i usar subdominis.
- La direcció del domini ha de ser amigables, curta i que no contingui caràcters estranys.
- La velocitat de càrrega de la web s'ha de tenir en compte; en 3 segons es pot perdre un usuari. Cal valora el rendiment del site a nivell de temps de resposta. Cal rebaixar les crides al site, millorant el temps de resposta del servidor i fer càrrega del site asíncrona.
- El web ha de ser responsive i amb versió específica per a mòbils. Ha de ser multidispositiu.
- No fer servir tecnologies no indexables (p.e: Flash)
- Em quant a suport extern, s'ha de vigilar la qualitat dels enllaços (linkbuilding i backlinks). Cal millorar el linkbuilding dels canals propis i del propi ecosistema digital revisant periòdicament les urls i dominis comprovant si hi ha 404, errors de redireccionament i fer neteja d'enllaços antics.
- ASO per millorar el volum de descarregues d'una aplicació mòbil és important treballar l'optimització dels buscadors. Els elements imprescindibles són: naming, textos descriptius, captures de pantalla i vídeo. S'ha d'incloure en la programació la possibilitat del rating de l'app. Per obtenir més informació es pot consultar: <https://vhc.cat/Manual-Aso-IAB>

## 7. Market aplicacions mòbils

Les botigues d'aplicacions (o markets) són plataformes que permeten vendre i/o distribuir les aplicacions mòbils en funció del sistema operatiu.

Vall d'Hebron disposa de les pàgines corporatives als següents mercats i totes les aplicacions de Vall d'Hebron s'han de penjar obligatòriament a les pàgines corporatives.

- Google Play Store per Android fent tests i minimitzar errors que puguin alterar l'experiència d'usuari.

- App Store per iOS, on un expert d'Apple revisa la funcionalitat de l'app. Es poden consultar les recomanacions en aquesta enllaç: <https://developer.apple.com/app-store/guidelines/>.

Es seguirà el següent procediment:

- El desenvolupador es posarà en contacte amb l'equip Digital, [digital@vhebron.net](mailto:digital@vhebron.net) per veure detalls del projecte
- Es crearà, si s'escau un compte de desenvolupador on es podrà enviar el codi directament al compte de Vall d'Hebron.
- Des de l'equip de Transformació digital requerirem:
  - o Bundle IDs que s'utilitzaran a l'aplicació
  - o Splash i avatar
  - o Generarem els certificats necessaris per desenvolupament i per distribució
- El desenvolupador haurà de fer arribar:
  - o Captures de pantalla de l'app per iOS i per Android. Enviar tots els mínims requerits pels markets.
  - o En el cas que l'app tingui una zona restringida amb login, s'haurà de facilitar un accés de demo per poder enviar a revisió d'App Store.

## **Publicació**

El sistema de publicació de l'aplicació mòbils a les respectives botigues ha de ser el següent:

1. Els Builds els podrà pujar directament el desenvolupador.
2. L'estructura de builds ha de seguir una lògica d'1 cap endavant en el format següent:
  - a. 1.2 → on 1 és la versió de l'app i el 2 seria el segon build de la versió 1.
3. El departament de Transformació Digital farà el llançament de l'app.

## **Instruccions transferència app**

En el cas que hi hagi una aplicació que ja estigui publicada en un altre compte, aquesta s'haurà de transferir als Markets de Vall d'Hebron.

Instruccions Apple Store:

<https://vhc.cat/Transferencia-app-iOS>

Instruccions Google Play:

<https://vhc.cat/Transferencia-app-GooglePlay>

## **Naming**

El nom de l'aplicació sempre es tractarà en caixa baixa. El nom de l'aplicació ha d'incloure al final les lletres VH. Per exemple "Som VH" o "Air4Life VH".

Actualment Apple recomana fins a 23 caràcters (accepta fins a 255) i Google fins a 30.

Tanmateix, acceptarem noms fins a 13 caràcters (incloses les lletres VH), per facilitar la seva lectura i que no quedi tallat a la pantalla del mòbil.

Política de noms:

1. Han de ser breus, màxim 13 caràcters
2. Noms descriptius i fàcils de cercar
3. Fàcils de pronunciar segons el públic objectiu de l'app
4. No utilitzar caràcters especials

## **Bundel ID**

El format es donarà en el moment de començar el projecte. Per norma s'utilitzarà l'estructura següent:

com.vallhebron.nomapp

## **Proves amb usuaris**

Les proves s'hauran de fer amb els compte corporatius de Vall d'Hebron via el test de Beta de Google Play o amb Test Flight d'iOS. Les invitacions es coordinaran des de l'equip de Transformació Digital.

## Comptes

### Apple App Store

- Nom compte: Vall d'Hebron Barcelona Campus Hospitalari
- ID Apple Store: adeharo@vhebron.net
- URL compte: <https://appstoreconnect.apple.com>

### Google Play

- Nom compte: Vall d'Hebron Barcelona Hospital Campus
- ID Google: vhcampus@gmail.com



## 7. Accessibilitat

Garantir l'accessibilitat web segons les referències legislatives i tècniques que es requereixen a les Administracions Públiques espanyoles per garantir l'accés a persones amb discapacitat a les tecnologies, productes i serveis relacionats amb la societat de la informació i mitjans de comunicació social.

El 22 de desembre de 2016 va entrar en vigor la **Directiva de la Unió Europea 2016/2102 sobre l'accessibilitat dels llocs web i aplicacions per a dispositius mòbils dels organismes del sector públic**. La normativa estableix uns requisits mínims d'accessibilitat i adopta normes aplicable al **disseny, construcció, manteniment i actualització dels webs i aplicacions mòbils**. També imposa l'elaboració, actualització periòdica i publicació d'una **declaració d'accessibilitat** sobre la conformitat dels seus webs i aplicacions mòbils amb els requisits mínims d'accessibilitat que estiguin establerts.

La nova directiva obliga a complir amb els criteris d'accessibilitat de les **WCAG 2.1** (Web Content Accessibility Guidelines) del W3C en els **nivells A i AA**, així com els 5 requisits de conformitat, als webs i dispositius mòbils dels organismes del sector públic.

Consultar <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>

Així doncs, el web ha de ser accessible per persones amb discapacitat, com a mínim amb la doble A, però pot ser superior depenent del públic objectiu del projecte.

Cal tenir en compte especialment:

- Contrastos de colors.
- Cos de la lletra.
- Navegació estructurada en H1, H2, H3.
- Incloure sempre l'Alt Text en totes les imatges.
- Text en els enllaços.
- Format dels continguts
- Documents PDF

Consultar tot el relatiu a aquesta matèria al web:

<http://atenciociudadana.gencat.cat/ca/serveis/webs/accessibilitat/primeres-passes/>

Pel que fa al disseny també és recomanable visitar:

<http://atenciociudadana.gencat.cat/ca/serveis/webs/accessibilitat/Dissenyant-per-accessibilitat/>

I per a fer-ne la validació:

<http://atenciociudadana.gencat.cat/ca/serveis/webs/accessibilitat/eines/>

## **8. Aspectes legals**

Cal tenir en compte que tots els webs i projectes digitals han de complir amb la normativa de protecció de dades vigent (RGPD). Disposem d'un avís legal transversal per a tots els projectes digitals de l'ecosistema Vall d'Hebron, al qual sempre s'ha d'enllaçar per tal de mantenir-lo permanentment visible i actualitzat:

<https://www.vallhebron.com/ca/avis-legal>

Pel que fa a la política de cookies cal enllçar a

<https://www.vallhebron.com/ca/politica-de-cookies>, tot i que està inclòs dins l'avís legal.

L'avís de l'ús de galetes (Cookies) està integrat a la barra corporativa. El desenvolupador del projecte estarà obligat a especificar a Vall d'Hebron quines galetes utilitza el web així com la seva finalitat. Vall d'Hebron també aportarà quines galetes vol.

## CONTACTE

Podeu contactar amb nosaltres per a qualsevol dubte:

**Unitat de Transformació Digital**

**Direcció de Comunicació**

Telèfon: 93 489 44 35

Correu electrònic: [digital@vhebron.net](mailto:digital@vhebron.net)

Pg. de la Vall d'Hebron 119-129, 08035 Barcelona