



**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA LICITACIÓ D'UN SERVEI
AUTOGESTIONABLE DE VENDA D'ENTRADES, ABONAMENTS I ALTRES PRODUCTES
DEL TNC, AMB CONTROL D'ACCÉS, GENERACIÓ D'INFORMES, EINES DE GESTIÓ DE
CLIENTS I SERVEI DE SUPORT PER AL TEATRE NACIONAL DE CATALUNYA, SA**

NÚMERO D'EXPEDIENT: TNC-2022-20004

SUMARI

- 1. OBJECTE DEL SERVEI**
- 2 . DESCRIPCIÓ DEL SERVEI**
- 3. REQUERIMENTS FUNCIONALS**
- 4. IMPLEMENTACIÓ I CALENDARI DEL PROJECTE**
- 5. REQUERIMENTS TÈCNICS DEL SaaS**
- 6. SEGUIMENT DEL SERVEI**
- 7. GESTIÓ DE LES DADES I SEGURETAT DE LES DADES**



**TEATRE NACIONAL
DE CATALUNYA**

1. OBJECTE DEL SERVEI

L'objecte d'aquest PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES és la contractació, per part del Teatre Nacional de Catalunya, SA (d'ara endavant TNC), del servei autogestionable de venda d'entrades d'espectacles, abonaments, xecs regals, subscripcions digitals, llibres, menús, productes combinats i altres productes. A més, la plataforma ha de comptar amb un espai web personal per als espectadors, abonats i clients, un entorn de gestió d'espectadors (Customer Relationship Management, en endavant CRM), control d'accés, gestió d'informes i analítica de dades avançada (Business Intelligence), a més de servei de suport per al TNC. El TNC ha de tenir total autonomia operativa i decisiva, i ha de poder accedir en temps real a tota la informació, tal com es descriu en aquestes prescripcions tècniques.

La prestació d'aquest servei de tractament de la informació es realitzarà a través d'una solució "cloud computing", en la modalitat de "software com a servei" (SaaS).

2. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

La solució ha de permetre la integració amb el CRM Microsoft Dinàmics 365 en el núvol mitjançant apis, preferiblement, o via procediments automàtics de sincronització de dades i també l'extracció de dades en temps real per poder sincronitzar amb Power BI de Microsoft en el núvol.

Es proporcionaran els següents serveis:

- Servei d'implantació i manteniment del sistema de venda d'entrades, abonaments, subscripcions digitals, xecs regal, llibres, menús, productes combinats i altres productes, amb les característiques i especificitats requerides en l'apartat 3 (categoritzacions d'usuaris, automatitzacions, difusions ...), incloent el suport necessari que calgui per fer-la efectiva.
- Servei de personalització inicial del nou sistema, suportant el disseny d'entrada, introducció de plànols de sala, primera configuració d'esdeveniments i la gestió integral de tota la informació necessària pel funcionament del sistema de vendes.
- Control d'accés.
- CRM
- Integració del sistema amb les passarel·les de pagament amb les quals s'operi.
- Migració de dades entre sistemes de vendes, dels clients i els seus històrics. Aquesta migració de dades s'ha de garantir a l'inici i al final del contracte.
- Integració del sistema amb plataformes de gestió d'enviaments de correus massius (llistes de distribució, disseny de correus, l'enviament i informació de la interacció dels usuaris).
- Gestió d'informes i analítica de dades avançada (Business Intelligence)
- Formació d'usuaris i call center.

- Servei de suport de l'ús de l'aplicació
- Gestió de la qualitat del servei.
- Adaptació al *look and feel* de la web del TNC.
- Realització de configuracions, desenvolupaments, programació, adaptacions de disseny, assistències i similars en funció de les necessitats específiques del Teatre

3. REQUERIMENTS FUNCIONALS

Les funcionalitats que ha d'incloure el sistema de venda d'entrades són les que s'indiquen en els punts següents.

Totes aquestes funcions recollides al punt 3 s'han d'oferir de forma integrada (venda d'entrades, abonaments i altres productes, generació d'informes, CRM, etc.)

3.1. Alta d'espectacles

a) Configuració del TNC i espais

La solució ha d'oferir autonomia en la configuració de les dades sobre el recinte, espais o altres teatres i poder configurar aquests en subespais i sales amb l'objectiu d'associar aquestes configuracions a la venda d'espectacles, conferència, roda de premsa o altres productes.

b) Configuració de sales autogestionable, flexible i personalitzable

La solució ha d'incloure un editor de plànols de sala que permeti configurar tipus de sala amb total autonomia i assignar regles o privilegis de venda a cada localitat (preu per representació i sessió, categoria de seient, canals de venda amb dret de venda d'una butaca, ús exclusiu VIP, seient numerat o de lliure elecció, seient no disponible en promoció d'un determinat descompte, etc.).

La solució ha de permetre que es puguin retocar les configuracions realitzades (ampliacions o reduccions de sala i / o aforament, tancament de zones, inclusió de cadires plegables, gestió de llotges, canvi de tarifa, canvi de localitats per transacció sencera, canvi de localitats per seient, etc.), de manera autònoma.

És imprescindible que la solució permeti realitzar modificacions múltiples en una mateixa operació, és a dir, modificar característiques de diverses localitats conjuntament o per separat, fins i tot una vegada hagi començat la venda. Aquestes modificacions inclouen també el mètode de pagament (tots han d'estar disponibles des del gestor) i la manipulació total de les operacions fraccionades, de qualsevol producte a la venda, de manera autònoma.

A l'hora d'una anul·lació, el sistema ha de permetre anul·lar i reemborsar el producte (abonament, entrada, llibre...) de forma automàtica o manual amb el mètode de pagament original de compra. En el cas d'anul·lacions amb pagament fraccionat (amb diversos mètodes de pagament) la plataforma també ha de permetre fer el retorn amb els mateixos mètodes de pagament i imports originals de compra.

Les configuracions que la solució ha de permetre associar a cada localitat són:

- tipus de localitat
- visibilitat d'escenari
- categoria
- disponibilitat (possibilitat de selecció de canals), indisponibilitat, invalidació (localitat sense disponibilitat)
- numeració o no numeració, planta, zona, bloc, porta d'accés
- rang
- observacions.

Prenent una localitat en el pla de sala, el TNC ha de conèixer l'estat d'aquesta localitat (disponibilitat, conèixer l'origen de venda, etc.) i el seu històric.

L'editor de plànols ha de permetre configurar quotes, realitzar repartiments i fer modificacions directament des del mapa de localitats, i per tots els canals de vendes. Les actualitzacions s'han de veure en temps real.

c) Configuració de localitats

Per a cada canal de venda, la solució ha d'oferir autonomia suficient al TNC per definir si l'elecció de localitats s'ha de fer de manera manual, per assignació automàtica, o una combinació d'ambdues.

En **elecció manual** l'usuari (espectador o taquiller) té autonomia d'elecció.

En **assignació automàtica**, la solució ofereix a l'espectador la millor localitat disponible en funció de la categoria seleccionada, del preu, de la disponibilitat i segons les preferències d'assignació configurades pel personal del TNC.

La solució ha de poder assignar localitats contigües de manera automàtica i no deixar espais lliures. En el cas de no poder fer-ho, s'ha de mostrar un missatge d'avís.

La **combinació d'ambdues** implicaria que la solució ha d'oferir primer una localitat de manera automàtica, i si l'espectador no queda satisfet, tindrà la possibilitat de fer una nova selecció manualment.



**TEATRE NACIONAL
DE CATALUNYA**

d) Creació d'esdeveniments (espectacles i activitats)

L'alta de qualsevol espectacle i activitat ha de poder realitzar-se en qualsevol moment de la temporada i de forma autònoma pel TNC.

La url pública de la venda de cada esdeveniment ha de poder ser editable i permetre escriure el títol dels esdeveniments del TNC.

La plataforma ha de permetre crear pàgines que incloguin tots o una part dels espectacles a la venda segons necessitats del TNC. (per exemple agrupar els espectacles per espais, per temàtiques o per altres criteris)

El TNC ha de poder gestionar múltiples esdeveniments de manera simultània.

La solució ha de permetre configurar qualsevol percentatge d'aforament desitjat (reduint-lo o ampliant-lo segons necessitats), limitar el nombre de seients que es poden comprar en una mateixa transacció i permetent adquirir seients amb diferents tarifes. Amb independència del percentatge d'aforament, l'usuari ha de poder fer tantes transaccions com desitgi per esdeveniment i tenir disponibles totes les tarifes que siguin necessàries.

e) Gestió i control de preus i descomptes

Tots els preus han de poder ser configurats de manera autònoma i en forma de taules, les quals han d'alimentar els camps de preus corresponents a cada entrada, abonament, producte o servei en venda.

El TNC ha de poder configurar tantes taules i preus com siguin necessaris per a una mateixa entrada, abonament, producte o servei. Així, una mateixa entrada pot tenir diversos preus segons els requisits comercials del TNC (preu estàndard, preu abonat, preu estrena, invitació, gratuïta, estudiant, preu promocional, preu per entrada combinada, etc). S'ha de permetre a l'espectador pagar de forma ràpida i eficient la diferència de preu d'un tipus d'entrada a una altra i afegir aquesta operació a l'històric de la transacció (per exemple una entrada jove que finalment serà gaudida per un adult).

El TNC ha de poder fer descomptes sobre el preu estàndard i es podran configurar com a preu, amb i sense decimals, o com a percentatge de descompte sobre el preu estàndard.

A més a més, els preus i descomptes s'han de poder aplicar amb codi promocional i poder activar-los als canals i punts de venda desitjats.

La plataforma ha de poder fer validacions amb bases de dades externes per la comprovació de determinats preus o descomptes, com per exemple el Carnet Jove.

El TNC ha de poder oferir determinades localitats a criteri del teatre a un preu diferent i a un col·lectiu determinat a criteri del teatre mitjançant una url específica.

La solució ha de permetre total autonomia al TNC en la configuració de qualsevol dels paràmetres.

f) Configuració de despeses addicionals

En cas que el TNC decideixi cobrar despeses addicionals, ja sigui de manera puntual, temporal o permanent, la solució ha de permetre al TNC incloure despeses associades a la compra de quatre maneres diferents i poder configurar l'import d'IVA associat a cada despesa:

- **Despeses de gestió:** despeses fixes associades a una comanda (compra, reserva, opció), que es poden configurar per canal de venda, i el TNC pot determinar la quantitat a cobrar.
- **Despeses de pagament:** despeses fixes en funció de la forma de pagament i del canal de venda utilitzats.
- **Despeses de distribució:** despeses fixes en funció de la manera de distribució escollida per l'espectador
- **Despeses senzilles:** despeses fixes en funció de la compra realitzada, el perfil del comprador i el canal de venda utilitzat.

g) Personalització d'entrades

La solució ha de permetre l'autoconfiguració d'entrades, abonaments, xecs regals, subscripcions digitals, llibres, menús, productes combinats d'entrades amb productes de marxandatge i / o serveis afegits (pàrquing, guarda-roba, etc.) amb versatilitat per poder adaptar l'entrada a les necessitats de cada producte.

El TNC ha de poder realitzar aquesta opció de manera autònoma fins i tot durant la temporada en curs. A cada entrada se li podrà assignar el seu IVA corresponent.

El disseny i contingut de les entrades i abonaments ha de ser completament editable i autogestionable per part del TNC.

El client ha de rebre un correu electrònic de confirmació de compra amb les seves entrades en format mòbil i en format PDF (parlar amb Núria) i un justificant de pagament de la transacció realitzada. Les entrades han d'estar també accessibles des de l'espai personal de cada client.

h) Funcionalitat d'enviar com a regal

Tots els productes (entrades, abonaments, xecs regals, subscripcions digitals, llibres, menús, productes combinats, etc.) s'han de poder enviar com a regal a una tercera persona. El sistema haurà de permetre l'enviament d'aquests productes de part del comprador al beneficiari amb un



**TEATRE NACIONAL
DE CATALUNYA**

missatge personalitzat i en una data i hora a escollir pel comprador. Aquesta funcionalitat ha d'estar disponible en el moment de la compra i un cop realitzada la compra des de l'espai personal. Taquilles també ha de tenir accés a aquesta funcionalitat des del front-office.

3.2. Venda d'espectacles

La solució ha de permetre treballar amb canals de venda directa o interns i la integració amb canals externs o operadors. No es permetrà cap exclusivitat amb cap canal.

Tots els canals de venda (taquilles, Web, tele operadors) hauran d'estar configurats de manera integrada i sincronitzada, permetent al TNC la seva gestió centralitzada i l'accés a l'estat de cada operació (venda, reserva, devolució) en temps real.

a) Venda multicanal

Tots els canals de venda (taquilles, internet i telèfon) han de poder vendre en temps real qualsevol producte que comercialitzi el Teatre Nacional de Catalunya i de forma simultània. En el cas de la venda d'entrades d'espectacles, es farà fins a l'últim minut de l'inici de l'espectacle i des del mateix plànol de sala.

Tots els productes i tots els canals han de tenir límits de venda per producte i per canal.

b) Venda taquilla back-office

Els usuaris de la solució han de poder treballar a distància (venda telefònica, gestió de peticions via correu electrònic) per poder realitzar totes les operacions de registre, reserva, venda, anul·lació, devolució i distribució o enviament.

Les dades de contacte del comprador o espectador i la informació pel que fa a la compra, han de quedar registrades de manera automàtica en el mòdul de CRM del TNC o de l'aplicació, i en el cas de tractar-se d'un espectador o comprador prèviament registrat, l'usuari o operador de la solució (taquiller) podrà fàcilment identificar mitjançant diferents opcions de cerca ràpida (per qualsevol dada rellevant) per atendre'l de manera personalitzada.

Aquesta funcionalitat de vendes ha d'estar integrada i sincronitzada en temps real amb el mòdul de CRM del sistema o propi del TNC.

Ha de permetre la venda de qualsevol producte que comercialitzi el Teatre Nacional de Catalunya.

c) Venda taquilla front-office

Ha de disposar de funcionalitats similars a la venda back-office però permetent realitzar totes les operacions in situ, en presència de l'espectador o comprador.

La solució ha de permetre realitzar en aquesta funció cobraments en efectiu, targeta crèdit/dèbit, xec regal, transferència bancària, o altres mètodes de pagament alternatius i pagaments fraccionats (per exemple, part de l'import en metàl·lic i part en targeta). El datàfon ha d'estar connectat amb la solució per tenir els pagaments vinculats entre el banc i la plataforma sota un mateix ID d'operació, permetent així el reemborsament de compres de manera directa quan el pagament es realitza amb targeta de manera presencial.

Ha de permetre la venda de qualsevol producte que comercialitzi el Teatre Nacional de Catalunya.

d) Venda Internet:

Ha de permetre la venda de qualsevol producte que comercialitzi el Teatre Nacional de Catalunya.

Ha d'estar integrada i sincronitzada en temps real amb el mòdul de CRM, permetent d'aquesta manera al TNC recollir durant el procés de venda dades i informació pel que fa a la venda i a l'espectador, i que aquesta informació quedi emmagatzemada directament al CRM del sistema o propi del TNC.

El TNC ha de tenir total autonomia en la configuració i gestió de l'oferta (tipus d'entrada, preus, promocions oferts en aquest canal). En el cas dels productes específics per ser lliurats presencialment (per exemple els llibres) serà necessari que la plataforma permeti informar del lliurament del producte dins de la mateixa transacció de venda.

La botiga online ha d'incloure àrees privades d'accés restringit per a persones (espectadors) i empreses, prèviament registrats, permetent al TNC personalitzar la seva oferta i poder oferir-li tipus determinats d'entrades, preus i / o promocions exclusives a una persona, tipus d'abonat o empresa.

Aquest canal ha de permetre la validació amb bases de dades externes per la comprovació dels descomptes, com per exemple el carnet jove.

e) Compatibilitat en la venda amb canals externs



TEATRE NACIONAL
DE CATALUNYA

El sistema ha de permetre al TNC treballar amb tots els canals de venda externs que consideri oportuns, i permetre que aquests canals puguin integrar-se amb el mòdul de vendes del TNC.

S'entén per canals externs, tots aquells canals de venda que són aliens al TNC (distribuïdors, operadors, agències) i que fan servir una solució pròpia o independent per a la venda d'entrades.

El nivell d'integració serà acordat pel TNC amb el canal corresponent, de manera que la solució ha d'oferir les següents opcions d'integració:

Venda en temps real: la solució ha de facilitar una interfície estandarditzada permetent a qualsevol canal, operador o distribuïdor extern, efectuar les vendes en temps real a través del sistema de venda d'entrades del TNC. Aquesta funcionalitat ha de permetre al TNC conèixer l'estat de cada venda i cada operació en temps real (disponibilitat, vendes, reserves, canvis, devolucions), independentment del canal de venda. Tots els productes i tots els canals externs han de tenir límits de venda per producte i per canal.

- **Consulta d'informes de venda:** el sistema ha de permetre al TNC habilitar l'accés al productor extern a la consulta de determinats informes de vendes, sens perjudici del compliment de la legislació vigent de protecció de dades personals.

f) Obertura i configuració de nous canals de venda

La solució ha de permetre al TNC crear nous canals de venda (interns i / o externs) i personalitzar el contingut d'aquests.

Venda en temps real: la solució ha de permetre la venda en temps de cada canal de venda. Tots els productes i tots els canals han de tenir límits de venda per producte i per canal.

- **Consulta d'informes de venda:** ha de permetre al TNC conèixer l'estat de cada venda i cada operació en temps real (disponibilitat, vendes, reserves, canvis, devolucions), de cada canal de venda. En el cas dels canal de venda extern s'ha de permetre habilitar l'accés al col·laborador a la consulta de determinats informes de vendes, sens perjudici del compliment de la legislació vigent de protecció de dades personals.

El TNC ha de poder assignar a cada canal (intern i / o extern) les normes, privilegis, avantatges, productes, serveis, restriccions de venda, etc. que consideri oportú, com per exemple, limitar la venda d'un nombre de butaques o permetre la venda de seients concrets exclusivament en un canal de venda, oferir una promoció especial només al web del TNC i en el web d'un sol operador, assignar diferents tarifes, despeses o comissions de compra a cada canal, no oferir entrades per a determinades representacions en determinats canals, etc.

g) Possibilitat de qualsevol canvi en línia

El sistema ha de permetre modificar preus i descomptes d'un espectacle fins i tot quan ja estigui oberta la venda. Igualment, ha de possibilitar canvis de la disposició de les sales (canvis en la configuració o bloquejos / desbloqueig de localitats), canvi d'espai numerat a no numerat i a la inversa, així com de qualsevol informació de l'esdeveniment continguda en la pàgina de venda en línia.

h) Configuració de límits de venda

La solució ha de permetre configurar límits de venda (per exemple, per a una promoció, per a un canal de venda, etc).

i) Plataforma multilingüe

La solució serà multilingüe i s'haurà de configurar, com a mínim, en català, castellà i anglès.

j) Integració i temps real

La solució estarà integrada i tots els seus mòduls hauran de treballar en temps real. Hi haurà una única aplicació des d'on s'accedirà a totes les funcionalitats i a tota informació.

3.3 Gestió d'usuaris

La solució ha de permetre al TNC poder crear i distingir diferents tipus d'usuaris i assignar a cadascun privilegis d'accés i drets de gestió que el TNC consideri adients.

Els usuaris poden ser:

a) Usuaris interns: usuaris pertanyents al TNC, el sistema haurà de permetre la configuració de cada usuari per adequar-lo al rol que ha de tenir

b) Usuaris externs: usuaris amb els que el TNC decideixi mantenir un acord de col·laboració - col·lectius, operadors de venda externs, etc. Aquests usuaris han de poder accedir de manera autònoma a la plataforma amb les restriccions de visualització de la informació que el TNC consideri.

c) Espectadors: usuaris que accedeixin de manera autònoma a una zona privada de la botiga online del TNC, i mitjançant la identificació.

- Els espectadors es podran diferenciar, a més, en diferents rols: col·lectiu, abonat, premsa, protocol, professor, professional, etc. Ha de permetre carregar base de dades d'espectadors de

manera ràpida i intuïtiva, per exemple amb d'un full de càlcul, evitant duplicats i assignant el rol adequat.

- L'espectador ha de tenir un espai de client web on podà editar el seu perfil, accedir al seu historial de compres i accés a la descàrrega/impressió de les seves entrades.

3.4. Sistema d'abonaments

a) Informació centralitzada

Totes les dades de contacte, informació de compres (dins i fora de l'abonament), dades financeres i històrics sobre abonats, han de quedar registrats en la fitxa personal de l'abonat, la qual ha de trobar-se en la base de dades central i única del TNC. Tota relació entre el TNC i un abonat (per exemple la compra d'una entrada fora de l'abonament, o la resposta a una campanya comercial) ha de quedar sempre registrada en aquesta mateixa fitxa. Es considera abonats tot aquell comprador d'un abonament de la temporada en curs. Quan comença una nova temporada els abonats de la temporada anterior deixen de ser-ho fins que no comprin un abonament de la nova temporada.

b) Venda d'abonaments i control d'ús d'entrades per part de l'abonat

El sistema ha de permetre la venda d'abonaments i el control de les entrades utilitzades / disponibles de cada abonat.

Els abonats han de poder comprar a través d'internet entrades d'espectacles que encara no estan a la venda per a tot el públic, inclosos o no al seu abonament.

c) Venda d'abonaments sense localitat fixa

Els abonaments del TNC no disposen de localitat fixa per als espectacles que els componen. A nivell tècnic es tracta d'un paquet d'entrades. El cobrament d'aquest abonament es pot fer mitjançant qualsevol mètode de pagament disponible a la plataforma: efectiu, targeta de crèdit, xec regal...

d) Reserva i canvi d'entrades per Internet autogestionable per part de l'abonat

El sistema ha de permetre que l'abonat bescanviï directament les seves entrades per Internet (mitjançant identificació d'usuari) i el control del saldo d'entrades utilitzades / disponibles per part del mateix abonat.

El sistema ha de permetre a l'abonat l'autogestió web des del seu espai personal del canvi il·limitat o anul·lació de les entrades del seu abonament. En el cas de canvi l'abonat podrà canviar la seva entrada ja bescanviada per una altra funció o espectacle. En el cas d'anul·lació l'entrada anul·lada retornarà a l'abonament i tornarà a estar disponible per poder ser bescanviada.



**TEATRE NACIONAL
DE CATALUNYA**

Els abonaments podran ser bescanviats pel total dels espectacles de la programació o només alguns d'ells.

e) Carnet de l'abonat

Cada abonat tindrà un carnet digital que el permetrà identificar-se com abonat del TNC (nom, cognoms, número d'abonat, temporada i data de vigència) i serà únic i intransferible.

El carnet de cada abonat ha d'estar accessible des del seu espai personal i al correu electrònic de confirmació de compra de l'abonament.

f) Retorn total o parcial d'entrades

El TNC ha de poder autogestionar el retorn parcial de l'import de l'abonament (de les entrades no gaudides o ja bescanviades) o fer el retorn total de l'abonament, tant si té entrades gaudides o bescanviades, com si no ha fet cap bescanvi o ha bescanviat la totalitat de l'abonament. El retorn haurà de quedar correctament reflectit, disposant la xifra real retornada en negatiu i en el mètode de pagament original. El reemborsament es farà de manera instantània, ja que la solució haurà d'estar integrada amb el banc i amb els seus dispositius de cobrament (passarel·la de venda en el cas de les vendes per internet i datàfon en el cas de les vendes presencials). El sistema ha de permetre retornar l'import de les entrades amb el mètode de pagament original.

S'ha de poder assignar regles a aquest retorn per què el teatre pugui adaptar-ho a les necessitats en cada cas (per exemple fer el retorn només de les localitats que s'hagin vist afectades per canvis, de dia o de localitat).

g) Regalar abonaments

L'abonament, igual que la resta dels productes a la venda, podran ser regalats a un tercer amb les característiques especificades al punt. 4.1.j. El beneficiari del regal s'haurà d'enregistrar al sistema i tindrà un rol d'abonat.

3.5. Reserves d'entrades

El sistema ha de poder replicar reserves de manera automàtica, és a dir, permetre que una reserva sigui copiada amb les mateixes característiques però per un altre dia i sempre tenint en compte que han d'haver-hi excepcions configurables (per exemple: tots els dies menys els dies d'estrena) a l'hora de realitzar la rèplica.

a) Servei educatiu: El sistema ha de permetre la creació d'un canal de venda online per col·lectius a través del qual poden realitzar prereserves d'entrades per a grups (sense ocupar seient). Aquestes prereserves han de poder-se transformar en reserves i després en vendes de forma integrada al sistema. El sistema ha de permetre una gestió eficient d'aquest procés. La la solució ha de permetre també la configuració de tallers i activitats específics del Servei Educatiu i Social del TNC i també ha de permetre reservar i realitzar venda directa dels mateixos.

b) Estrenes i actes interns/externs de la temporada: la solució ha de permetre la introducció, a través d'un full de càlcul (o sistema semblant), de nous usuaris (no s'introduiran els que ja hi siguin al sistema) amb l'adjudicació automàtica de seients i enviament, també automàtic, de les entrades.

3.6. Venda de marxandatge i venda combinada

La solució ha de permetre al TNC poder realitzar de manera autònoma, la venda combinada d'entrades, abonaments i xecs regal amb productes de marxandatge (com per exemple els llibres) i serveis afegits (activitats, sopars, menús, pàrquing, guarda-roba, etc.), des de tots els canals de venda.

La solució ha d'incloure una funcionalitat de recomanació de compra d'articles de marxandatge, abonaments o xecs regal a escollir pel TNC en el moment de la compra de les entrades dels espectacles.

La solució també ha de permetre la venda combinada de diferents espectacles en forma de paquet oferint la possibilitat de comprar-los a el preu que consideri el TNC.

3.7 Venda i gestió de xecs regals

La solució ha de possibilitar la creació de **xecs regals** amb un valor determinat i que permeti l'adquisició de productes disponibles a la plataforma de venda. El comportament del xec serà el d'una targeta regal o bossa de diners. El TNC podrà escollir els productes pels quals es pot bescanviar cada xec regal i modificar la data de vigència de cada xec o del saldo pendent.

El comprador, a través d'un codi específic de cada xec regal, el podrà bescanviar a través diferents canals de venda. La configuració del mètode de pagament serà específica per xec regal i estarà associada als diferents punts de venda habilitats.

El tiquet d'entrada del xec regal es podrà controlar com a “*editat*”, “*invàlid*” o “*utilitzat*” segons la seva data de caducitat i ha de ser possible la modificació de cada paràmetre.



**TEATRE NACIONAL
DE CATALUNYA**

En el cas que el preu d'una comanda tingui un import inferior al valor del xec regal, el comprador podrà utilitzar la diferència restant en una propera compra. El sistema ha de permetre gestionar el saldo restant, consultar l'historial i la vigència. El reemborsament d'un xec regal pagat de manera fraccionada (xec regal i una altra forma de pagament) ha de donar l'opció de retornar cada quantitat en el mètode de pagament original. En cap cas retornarà íntegrament l'import del xec a la bossa del xec regal.

La passarel·la de pagament dels xecs regals ha de poder-se vincular a un compte extern, com per exemple el d'un proveïdor del TNC.

El xec regal ha de poder-se enviar com a regal per correu electrònic en el moment de la compra o un cop feta la compra. El comprador ha de poder personalitzar l'enviament (nom, dedicatòria...) i escollir la data i hora que vol que arribi el regal.

3.8 Venda i comportament de les subscripcions digitals

La plataforma de venda ha de poder-se integrar i sincronitzar en temps real amb la plataforma d'espectacles digitals del TNC (TNCDigital) mitjançant una API REST. Informem que actualment treballem amb les empreses Ebantic i Watchity.

El sistema ha de poder vendre subscripcions digitals amb una vigència determinada. Un cop feta la compra, el subscriptor ha de rebre un correu electrònic de confirmació de compra amb un enllaç que permeti l'accés directe a la plataforma d'espectacles digitals, des del qual el subscriptor accedeix a la plataforma digital ja identificat.

El TNCDigital autentica als usuaris en el sistema de ticketing. La integració ha de ser bidireccional i validar mitjançant API KEY, amb capacitat de gestionar callbacks de retorn amb informació de la pàgina que ha fet la sol·licitud.

Per aquest motiu, la plataforma de venda ha de permetre la creació de formularis de registre que permeti identificar diferents rols d'usuari en temps real per permetre la seva validació a la plataforma del TNCDigital. Actualment, els usuaris que cal autenticar són subscriptors, abonats, professor i professionals. Aquestes categories d'usuaris poden ampliar-se segons necessitats del TNC. El pagament de la subscripció és únic i per la totalitat de la vigència del producte. La renovació de la subscripció pot ser automàtica. La plataforma de venda ha de permetre al subscriptor donar-se de baixa en qualsevol moment de la renovació automàtica i mantenir la vigència de la seva subscripció digital fins l'últim dia del període contractat.

La plataforma ha de poder crear subscripcions a preu 0 vinculades als abonaments com a producte gratuït per abonats i amb les mateixes funcionalitats que s'ofereixen als subscriptors.

3.9. Control d'accés integrat

El sistema ha de permetre el control d'accés de totes les entrades, abonaments, xecs regal o qualsevol altre servei (llibre, menú...) mitjançant la lectura de codi de barres i QR a través de PDA o terminals mòbils o sistemes similars o equivalents i proporcionarà les següents funcions:

- a) **Gestió centralitzada d'accessos:** ha de facilitar la gestió centralitzada de tots els punts d'accés i sortida del TNC, i totes les incidències d'entrades i abonaments.
- b) **Control d'esdeveniments simultanis:** ha de permetre controlar accessos a esdeveniments simultanis en el TNC, i en diversos teatres o recintes.
- c) **Cancel·lacions:** El TNC ha de tenir autonomia per poder cancel·lar un codi de barres i QR de manera immediata.
- d) **Informació sobre accessos:** el TNC ha de tenir accés en temps real a tota informació pel que fa a accessos: aforament, incidències, horaris d'accés, flux per punt d'entrada, freqüència d'assistència, etc.
- e) **Suports:** reconeixerà els següents suports d'entrades: print @ home, física i ha de poder adaptar-se a qualsevol tipus de dispositiu: Torns, PDAs, Mixt o terminals mòbils.
- f) **Entrades alienes:** acceptarà entrades de canals de venda / operadors externs, podent descriptar entrades o usant llistes blanques i negres. La solució ha de poder classificar la procedència exacta de tot tiquet (entrada i abonament) i l'origen d'intents fraudulents, independentment de si aquests tiquets han estat emesos directament pel TNC o per un operador extern.
- g) **Connexions:** el control d'accés funcionarà en instal·lacions amb i sense connexió a Internet, i inclourà la funció de salt automàtic a manera off-line en el cas que el senyal d'Internet del recinte falli.
- h) **Emmagatzematge de dades de control:** les dades de control d'accés s'han d'emmagatzemar en el sistema, sigui quin sigui el resultat d'aquest control (vàlid, erroni, duplicat). Aquestes dades estaran sempre a disposició del TNC.

3.10. CRM

La solució ha d'incloure una eina integrada i professional de CRM.

a) Base de dades central: aquest CRM haurà de ser la base de dades central del TNC, amb l'objectiu de poder centralitzar i gestionar des d'un sol punt tots els contactes del TNC (espectadors, abonats, clients, subscriptors, patrocinadors, premsa, grups, professors, empreses, etc.).

b) Emmagatzematge de dades: El CRM ha de permetre emmagatzemar de manera manual i automàtica (en el cas de les vendes per Internet) les dades de contacte, informació transaccional i informació sobre l'espectador que siguin rellevants per als diferents departaments del TNC



TEATRE NACIONAL
DE CATALUNYA

(Màrqueting, Comercial, Comptabilitat, Direcció Executiva, etc.). També ha de quedar recollit l'acceptació de l'espectador a la política de privacitat i/o al tractament de les seves dades en compliment de la legislació vigent de protecció de dades personals.

c) Fitxes de contacte i indicadors: el CRM ha d'emmagatzemar en forma de fitxes de contacte i en una única base de dades compartida, totes les dades de contacte, dades de caràcter personal, informació actualitzada, dades històriques, rol del contacte i aspectes de màrqueting i comercials de cada contacte del TNC, amb la finalitat de facilitar l'organització de dades i la gestió de l'espectador i contactes. Aquestes fitxes han d'incloure camps informatius (que poden ser definits pel TNC), que han de poder-se modificar, ampliar o eliminar en qualsevol moment per part del TNC. Les fitxes han d'incloure camps que permeti emmagatzemar informació relativa a empreses (patrocinadors, hotels) i les seves filials

Igualment l'eina CRM permetrà crear "indicadors" que permetin agrupar els usuaris per tipus; aquesta informació serà en temps real a la fitxa de client.

d) Històric de clients i espectadors:

El TNC proporcionarà informació transaccional i relacional de les vendes històriques dels espectadors del TNC i s'hauran d'integrar al nou CRM. Les fitxes dels espectadors han de mostrar la informació actual i històrica.

e) Gestió de contactes duplicats: el CRM ha d'evitar que es dupliquin contactes a la base de dades del TNC, i ha d'incloure funcionalitats d'identificació de duplicats, fusió de contactes o neteja de contactes

Cada usuari ha de tenir un identificador únic i una única adreça de correu electrònic, en cap cas dos registres poden tenir el mateix número identificatiu ni el mateix correu electrònic.

f) Segmentació: el CRM ha de facilitar al TNC un alt grau de segmentació de la base de dades amb totes les dades recollides al CRM (dades relatives a les seves compres actuals o històriques, edat, dades de contacte -localitat, codi postal,---, tipus d'usuari-abonat, espectador, subscriptor..-, acceptació a rebre comunicacions i tractament de les seves dades, etc.) acumulant diferents filtres i aplicant condicions diferents a cadascun d'ells, per poder realitzar campanyes de màrqueting, estudis de perfil i comportament de públic, i gestionar grups i subgrups de contactes.

g) Gestió de campanyes: el CRM ha de permetre integrar-se i sincronitzar-se amb gestors d'enviament massiu de correus permetent la generació automàtica de les llistes de distribució al gestor d'enviaments a partir de les segmentacions fetes al CRM. Aquestes segmentacions han de poder-se exportar a Excel o ser guardades per combinar-les o utilitzar-les en un altre moment.

La plataforma de vendes ha de recollir a la fitxa client de forma automàtica dades bàsiques de la interacció de l'usuari amb les campanyes d'enviament massiu de correus (nom de les campanyes enviades, interacció amb les campanyes, etc).

3.11. Business Intelligence

La solució ha d'incloure una eina professional de Business Intelligence (BI) que ha d'estar perfectament integrada i sincronitzada amb els altres components de la solució (ticketing, taquilles, vendes, CRM), després el seu objectiu principal ha de ser recopilar totes les dades procedents dels diferents components de la solució, permetre al TNC extreure només aquells que siguin rellevants per a cada estudi que vulgui fer cada departament del TNC, realitzar una anàlisi multidimensional, i transformar les dades extretes en cada estudi a informació fiable per a la seva avaluació, interpretació i presa de decisions basades en informació actualitzada. Els resultats obtinguts han de poder ser presentats en informes.

a) Característiques adequades del Business Intelligence:

- Una eina de Sincronització, així com la possible integració amb altres sistemes aliens a la solució.
- Un magatzem de dades o datawarehouse on es recullin les dades generades pels diversos components de la solució.
- Un sistema de gestió de bases de dades que permeti la gestió i manteniment del datawarehouse d'una manera eficient i sense comprometre el rendiment dels altres components de la solució.
- Un motor de consultes que permeti al TNC obtenir en un temps mínim respostes fiables en l'anàlisi de grans volums de dades
- Un motor de generació i gestió d'informes amb les següents condicions:
 - a) El TNC ha de poder accedir als informes d'una forma centralitzada a través d'una interfície web on tots els usuaris del TNC puguin accedir a una mateixa versió actualitzada de la informació.
 - b) L'eina ha de permetre als usuaris del TNC accedir en qualsevol moment als informes, i actualitzar les dades d'aquestes segons necessitat.
 - c) El TNC ha de tenir l'opció d'interactuar dinàmicament amb les dades sobre el propi informe (filtrar per paràmetres i navegar sobre jerarquies).
 - d) El BI ha de poder inserir informació en forma de taules i / o gràfics en els informes.
 - e) El TNC ha de tenir autonomia per poder exportar informes en formats, Excel, text i PDF.

b) Possibilitat de realitzar les següents activitats:

- **Experiència d'usuari:** els usuaris del BI han de poder accedir a informació fiable i actualitzada, realitzar anàlisi de dades sobre períodes de temps prolongats, i poder crear en qualsevol moment nous informes d'una manera que resulti senzilla i intuïtiva. Un cop generats, aquests informes o anàlisis, han de poder ser posats a disposició dels altres usuaris.
- **Vendes generals i venda d'entrades:** el BI ha de poder presentar informació sobre totes les vendes, reserves, anul·lacions, ocupació de la sala, i històrics de vendes, per tal de poder realitzar una anàlisi exhaustiva sobre el rendiment de les vendes del TNC .
- **Indicadors:** ha de permetre al TNC fer previsions pel que fa a l'assistència que espera rebre en cada sessió, basant-se en una anàlisi creuat d'assistència i disponibilitat històrica per sessió, i optimitzar així la distribució de quotes.
- **Màrqueting:** ha de centralitzar i permetre analitzar tota informació pel que fa a accions i campanyes de màrqueting i comercials per obtenir ràtios de rendiment.
- **Segmentació:** el BI ha de poder agrupar la base de dades d'espectadors en funció de característiques que aquests tinguin en comú (vendes, procedència geogràfica, canals de venda ...) per poder enfocar les campanyes comercials degudament.
- **Eixos d'anàlisi:** totes les informacions i dades anteriorment exposats (vendes, màrqueting ...) han de poder ser analitzats en funció dels següents eixos, amb possibilitat de relacionar-se o creuar-se entre ells:
 - **Temporada:** els usuaris del BI han de poder efectuar comparatives entre representacions o entre representació i dates.
 - **Producte:** anàlisi pel que fa a la venda de tot producte (entrada, abonament, llibre, subscripció, paquet, xec regal, venda combinada, etc.) i les seves característiques (tipus de representació, disciplines, preus, horaris, etc.).
 - **Contacte:** anàlisi d'informació relacionada amb espectadors o clients (origen, edat, perfil, geolocalització, etc.).
 - **Ubicació física:** anàlisi pel que fa a la ubicació de la butaca, bloc, zona, planta, sala, espai, etc.
 - **Disponibilitat:** anàlisi pel que fa a l'aforament disponible per funció i espectacle.
 - **Avantatges:** anàlisi de les localitats que han estat venudes a un preu reduït o dins d'una promoció o tarifa.
 - **Campanya:** anàlisi de campanyes de màrqueting, accions comercials, canals de venda utilitzats i el retorn obtingut pel TNC.

Les característiques i activitats descrites anteriorment sobre el BI no són exhaustives, ja que estan sotmeses a les disponibilitats actuals del mercat. El licitador sí que ha d'incloure aquesta funcionalitat en la seva proposta de solució.

3.12. Ús en dispositius mòbils

El sistema ha d'adaptar-se òptimament a dispositius mòbils.

3.13 Gestió d'informes

El sistema ha de presentar la possibilitat de crear paràmetres pels propis usuaris a l'hora de fer informes (exportables en pdf i fulls de càlcul) però com a mínim ha de portar els següents informes.

- Vendes totals de la temporada amb tota la informació vinculada a cada transacció (id d'operació, tarifa, espectacle, funció, dades del comprador -nom, cognom, correu electrònic de l'usuari - canal de venda, mètode de pagament, etc.)
- Control d'accés: llista dels assistents reals a una sessió o producte.
- Ingressos per productes (entrades, abonaments, xecs...), períodes de venda, mètodes de pagament i canals de venda.
- Ingressos per sessió, desglossats en tarifes i canals de venda.
- Ocupació per productes i períodes de venda.
- Comptabilitat: tancament de caixes per usuaris i punts de venda (especificant el mètode de pagament) en un període de venda.
- Llista de reserves per espectacle o funció.
- Llista d'entrades venudes per espectacle o funció. Visualització també dels anul·lats, motiu, quantitat d'imports retornats i amb quin mètode (o mètodes) de pagament s'han retornat.
- Llista de seients venuts per funció amb dades del comprador.
- Llista de xecs regals utilitzats i no controlats indicant el saldo consumit i pendent.
- Llistat seguiment compte creditor, aquest llistat ens ha de donar el saldo a favor dels nostres clients que han comprat un xec regal i no han consumit la totalitat de l'import del xec regal
- Llista de vendes diàries i acumulades per espectacle i funció (llistat únic on per cada funció dels diferents espectacles ens doni la informació d'entrades venudes totals, entrades d'invitació, reserves, ingressos total per funció i espectacle i ingressos iva exclòs)
- Llistat de venda d'abonaments (quantitat i ingressos per tipus d'abonament, entrades disponibles, entrades bescanviades, entrades pendent de bescanviar, preu mitjos per entrades de cada tipus d'abonament). Visualització també dels anul·lats, motiu i import retornat i amb quin mètode (o mètodes) de pagament s'han retornat.
- Llistat històric de venda de productes amb totes les dades de la venda (registre de totes les vendes amb tota la informació del comprador i de la venda, canal de venda, tipus de producte venut, hora i data de la venda, dades del comprador, unitats, preu unitat, preu total, preus amb iva exclòs)

- Llistat de venda de productes (tots els productes abonaments, entrades, etc) per espectacle i forma de pagament
- Llistat de subscripcions digitals amb la informació de la data de compra, vigència, data de renovació i cancel·lació o no de la renovació.

3.14. Analítica web

a) Google Tag Manager i Google Analytics

El sistema ha de permetre la integració amb Google Tag Manager per monitoritzar mitjançant Google Analytics estadístiques d'ús de pantalles i el comportament de l'usuari: Origen del tràfic, embussos d'entrada, temps de permanència, tasses d'abandonament, i el seguiment de comerç electrònic millorat.

b) Data layers

És imprescindible que la plataforma permeti incorporar data layer per oferir analítiques millorades i comerç electrònic millorat que ens permetin analitzar millor al nostre públic web.

3.15 Mimetització de la plataforma de venda

La plataforma de venda s'ha de poder adaptar al *look and feel* de la web corporativa del Teatre Nacional de Catalunya.

4. IMPLEMENTACIÓ I CALENDARI DEL PROJECTE

4.1. Venda d'entrades, abonaments i altres productes

El sistema de venda ha d'estar disponible, com a màxim, en les dates següents:

- **Posada en marxa, amb venda i bescanvi d'abonaments:**
 - proves: de la data de signatura del contracte fins al 19 de maig de 2022*
 - posada a la venda i bescanvi d'abonaments de la temporada 2022-2023: 20 de maig de 2022*
 - tot preparat per a la venda de les entrades generals i de la resta de productes de la temporada 2022-2023: 20 de juny de 2022
 - període d'ajustaments: 20 de juny-22 de juliol de 2022
- **Sistema plenament operatiu:**
 - Sistema plenament operatiu: 22 de juliol de 2022

- Posada a la venda de les entrades generals i resta de productes de la temporada 2022-2023, i continuació de la venda i bescanvi d'abonaments: 31 d'agost 2022.

*NOTA: dates sotmeses a la data de signatura del contracte.

4.2. Altres fases

S'haurà de seguir un calendari per a les fases indicades a continuació, que permetin aconseguir el ple rendiment del sistema. Aquest calendari es revisarà a l'inici del projecte.

- a) Fase d'estudi de migració de les dades
- b) Fase de personalització i configuració del sistema.
- c) Fase d'assessorament en l'adquisició, instal·lació i manteniment tècnic del *maquinari* vinculat al sistema.
- d) Fase de migració de contactes, espectacles i entrades venudes
- e) Fase de posada en marxa del sistema.
- f) Fase de formació del personal (propri i de les empreses subcontractades que intervinguin en el procés de venda d'entrades i atenció a l'usuari).
- g) Fase de prova del sistema.
- h) Fase d'ajustos i adaptacions finals del sistema.
- i) Fase d'acceptació.
- j) Fase d'implementació definitiva.

5. REQUERIMENTS TÈCNICS DEL SaaS

5.1. Serveis de la solució Global

- a) El prestatari haurà de proporcionar el servei de la solució global en la modalitat "**software as a service**", és a dir, disposarà del *programari*, del *maquinari* i de les comunicacions necessàries i realitzarà tots els serveis de *hosting*, manteniment i operació
- b) El servei ha de ser convenientment monitoritzat pel prestatari des del nivell físic fins al negoci (funcionament extrem a extrem del servei). Tan bon punt es detecti una incidència, s'enviarà un

petit resum incloent temps d'aturada i un breu resum de les causes i de les accions posades en marxa per solucionar la incidència.

c) Les actuacions necessàries per a l'operació, el manteniment i l'evolució del servei es realitzaran preferentment sense la parada del servei. No obstant això, per aquelles circumstàncies on sigui imprescindible, es podran realitzar parades del servei planificades:

- Les parades es realitzaran preferentment fora de l'horari normal
- Totes les parades hauran de ser notificades amb anterioritat al TNC, indicant el nivell d'afectació esperat i el temps previst sense servei.
- Les parades que es duguin a terme dins l'horari normal hauran de ser autoritzades pel TNC.
- Es notificarà el restabliment del servei al TNC.

d) A més del manteniment i l'operació de la totalitat de les infraestructures sobre les quals es presta el servei, el proveïdor haurà de gestionar de forma proactiva anticipant-se a les incidències i planificant les millores necessàries.

e) El sistema haurà de suportar pics de venda d'entrades, proporcionant un servei sense degradació en les èpoques de major activitat

f) El temps de resposta i els recursos dedicats al servei del TNC no es veuran afectats per pics en els processos de venda d'entrades d'altres entitats.

g) Aquest servei s'haurà de prestar sobre infraestructures redundants per aconseguir alta disponibilitat.

h) La disponibilitat mínima requerida és del 99,9% per als serveis identificats com a crítics i llistats a continuació:

- Gestió i control dels processos de venda d'espectacles.
- Gestió i control del sistema d'abonaments.
- Gestió i control del sistema de xecs regals, subscripcions digitals i altres productes.
- Gestió i control de les reserves d'entrades de protocol.
- Control d'accés integrat.

i) La disponibilitat mínima requerida és del 98,5% per als serveis identificats com a normals i llistats a continuació:

- Gestió i control dels processos d'alta d'espectacles.
- Mòdul de gestió de clients.
- Mòdul d'explotació de dades.

j) S'entén com disponibilitat el % de temps de funcionament satisfactori del servei respecte del temps total, amb les consideracions següents:

- El càlcul es realitzarà considerant exclusivament l'horari normal.
- No es consideraran les parades que estiguin planificades per fer el manteniment.
- El càlcul es realitzarà mensualment.

5.2. Serveis de suport

a) El prestatari proveirà un servei de suport en català o castellà amb les funcions de:

- Resoldre incidències que afectin el funcionament dels diferents serveis.
- Atendre consultes funcionals i tècniques de la utilització del servei.
- Recollir peticions d'actualització i d'evolució del servei.
- Recollir i registrar conjuntament totes les incidències, consultes i peticions.

b) Aquests serveis estaran dirigits al TNC i al personal que en el seu nom participi en la venda directa o en la gestió de la venda d'entrades, sempre que aquests siguin usuaris autoritzats de la solució del TNC.

c) Les persones que donaran el servei de suport al TNC estaran suficientment formades en la solució i coneixeran adequadament els processos de negoci i els productes comercials del TNC.

d) El servei disposarà d'almenys un número de telèfon i dos canals telemàtics (correu electrònic i portal).

e) El servei podrà disposar, com a mínim, de les següents modalitats

- Jornada normal: de dilluns a divendres de 9h a 19h.
- Servei d'urgències: de dilluns a divendres de 19h a 23h. Dissabtes a diumenges de 15h a 23h.

f) Nivells de servei: en el context de les activitats de manteniment correctiu i d'atenció a l'usuari, s'estableixen els següents nivells de servei:

Tipologia d'incidència	Temps de resposta	
Critica	15 min.	30 minuts

Greu	30 minuts	4 hrs
Normal	4 hrs	24 hrs

g) Tipologia d'incidències:

g.1) Incidència crítica: el servei no funciona o una de les funcionalitats bàsiques no ho fa. Implica una parada de l'operativa normal de funcionament per als serveis considerats com a crítics:

- Gestió i control dels processos de venda d'espectacles.
- Gestió i control del sistema d'abonaments.
- Gestió i control dels processos de venda de xecs regals, subscripcions i la resta de productes comercialitzats pel Teatre Nacional de Catalunya.
- Gestió i control de les reserves d'entrades.
- Control d'accés integrat.

g.2) Incidència greu: l'aplicació o una de les seves funcionalitats té una anomalia important, però no impedeix l'operativa normal dels serveis considerats com a crítics.

g.3) Incidència normal: l'aplicació o una de les seves funcionalitats té una incidència que no afecta greument a l'operativa dels usuaris.

h) Temps de resposta:

h.1) T0 / temps de resposta: des que la incidència es comunica al servei d'atenció a l'usuari fins que un tècnic qualificat es posa en contacte amb el responsable de gestionar la resolució de la incidència. El temps de resposta es compta sobre l'horari de suport definit.

h.2) T1 / temps de resolució: des que la incidència es comunica al servei d'atenció a l'usuari fins que es considerés validada per la persona que el TNC designi.

5.3. Serveis de manteniment correctiu i evolutiu

a) Manteniment correctiu: el prestatari posarà a disposició del TNC un servei de manteniment correctiu, relatiu a les incidències i als correctius sobre les integracions i les personalitzacions.

b) Manteniment evolutiu: el proveïdor oferirà al TNC beneficiar-se de l'evolució del sistema de venda d'entrades:



**TEATRE NACIONAL
DE CATALUNYA**

b.1) El proveïdor es compromet a anar incorporant millores funcionals i tecnològiques a l'aplicació d'acord amb el seu full de ruta d'evolució.

b.2) Qualsevol canvi s'ha de notificar al TNC.

b.3) Els evolutius específics del TNC que no estiguin dins del full de ruta del producte i que s'hagin d'implementar necessàriament, s'abonaran a l'empresa contractista aplicant el/els preu/s hora adjudicats en el contracte, previ pressupost enviat i acordat amb el TNC.

c) Manteniment normatiu: l'empresa contractista assumirà els canvis necessaris que siguin causa de les modificacions legislatives que s'hi produeixin i que apliquin al TNC.

5.4. Garantia

Durant el període de vigència de la prestació de serveis, incloses les seves pròrrogues, el prestatari es compromet a resoldre satisfactòriament totes aquelles incidències crítiques i greus, tant en els desenvolupaments com en qualsevol tipus d'eina o de documentació, i que siguin imputables al prestatari per acció o omissió.

6. SEGUIMENT DEL SERVEI

6.1. Comitè de seguiment de l'execució de la prestació de serveis

a) Es crearà un Comitè per a realitzar el seguiment d'aquesta prestació de serveis i de la facturació i tots els aspectes relacionats amb la revisió i la millora del servei.

b) El Comitè està integrat per tres persones designades pel TNC i dues designades pel prestatari. Es reunirà trimestralment i / o cada vegada que alguna de les parts ho requereixi.

Antoni Castillo, Director de sistemes acastillo@tnc.cat

Marian Miralles, Coordinadora de venda, mmiralles@tnc.cat

Noelia Muñoz, Responsable de màrqueting nmunoz@tnc.cat

6.2. Auditoria



**TEATRE NACIONAL
DE CATALUNYA**

En cas de discrepàncies del servei rebut o de les dades recollides en els informes periòdics, a petició del TNC es podran auditar les dades proporcionades en l'esmentat informe. El TNC i el prestatari acordaran l'empresa i la metodologia de l'auditoria.

7. GESTIÓ DE LES DADES I SEURETAT DE LES DADES

Quant a la gestió de les dades de caràcter personal i les mesures de seguretat aplicables a aquestes dades, els licitadors hauran de complir amb els requeriments establerts al plec de clàusules administratives particulars d'aquesta licitació.

Gemma Casas

Directora de Comunicació i Màrqueting

Barcelona, 8 de febrer de 2022