



PLEC DE PRESCIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DE LA PLATAFORMA DE VENDA COMBINADA D'ENTRADES PER AL GREC FESTIVAL DE BARCELONA

SUMARI

1. OBJECTIUS DEL PROJECTE
2. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI
3. CANALS DE VENDA
4. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA
5. FUNCIONALITATS DEL SISTEMA
6. USUARIS
7. REQUERIMENTS TÈCNICS
8. EQUIP D'ATENCIÓ AL FESTIVAL
9. GESTIÓ DE LES DADES I SEGURETAT
10. CALENDARI DEL PROJECTE
11. SEGUIMENT DEL SERVEI



1. OBJECTIUS DEL PROJECTE

L'objectiu del projecte és l'adquisició d'una solució global i autogestionable per part de l'ICUB que permeti la reserva i venda combinada d'entrades d'espectacles de diverses sales pròpies i d'altres col·laboradores del Festival, així com la venda de paquets promocionals de tots els espectacles. Tanmateix, ha d'oferir una solució de control d'accés electrònic als recintes, una comunicació directa entre l'ICUB i els seus espectadors, l'emmagatzematge, ús, anàlisi i interpretació de dades mitjançant una única aplicació, i total independència i autonomia operativa.

2. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

La solució esmentada haurà de ser específica per a les arts escèniques i ha de permetre al Grec Festival de Barcelona gestionar diferents paràmetres com la configuració d'espectacles, tarifes i butaques de forma flexible, versàtil i reversible.

El preu ha de ser mostrat amb claredat al comprador de l'entrada, independentment del canal, i ser destinat, directament i sense retards, al compte bancari designat per l'ICUB.

No es permetrà que s'afegeixin despeses addicionals al client final per part de l'adjudicatari del servei.

El contingut, el disseny del web i les informacions proporcionades seran propietat de l'ICUB, així com les dades personals dels usuaris que s'hi bolquin en la migració de dades, com les que es recullen en operacions posteriors. No es podran cedir aquestes dades a tercers sota cap concepte.

La solució seleccionada no contindrà logotips ni marques no autoritzats per l'ICUB. Tots els components d'aquesta solució han de treballar en temps real i disposar cada un d'ells de les funcionalitats que es detallen en l'apartat 4.

La solució ha de permetre la integració d'un CRM mitjançant API o via procediments automàtics de sincronització de dades, per tal de poder obtenir informació en temps real. Tanmateix, el sistema ha de disposar d'un API que permeti connectar-se amb aplicacions externes amb diferents finalitats, com la verificació de dades per poder accedir a descomptes exclusius.



Es proporcionaran els següents serveis:

- Servei d'implantació del sistema de venda d'entrades amb les característiques i especificitats requerides en els apartats 3, 4, 5 i 6, incloent el suport necessari que calgui per fer-la efectiva.
- Servei de personalització del sistema, suportant disseny i elaboració de plànols de sala, configuració d'esdeveniments, el disseny de l'entrada, i la gestió integral de tota la informació necessària pel funcionament del sistema de vendes.
- Adaptació al *look and feel* de la web del Grec Festival de Barcelona.
- Integració del sistema amb les passarel·les de pagament amb les quals operi l'ICUB, tant en format virtual com físic.
- Migració de dades. El sistema adjudicat haurà de poder bolcar dades de compradors i venda del Grec d'anys anteriors i integrar-los en la mateixa base de dades que es farà servir per recollir les operacions posteriors, de manera que permeti filtrar i seleccionar compradors/usuaris de diferents edicions en un mateix informe.
- Servei suport tècnic per usuaris de la plataforma online i pel personal del Festival.
- Servei d'atenció al client per compradors de la venda online. Com a mínim s'haurà de proporcionar dues vies de comunicació als espectadors, preferentment elegibles correu electrònic i xat en línia. En cas d'oferir una via d'atenció telefònica, no podrà utilitzar-se una línia de pagament addicional, fora del sistema tarifari habitual.
- Formació pel personal de taquilles.
- Gestió de la qualitat del servei que inclourà, entre d'altres, un manteniment correctiu i evolutiu del sistema de vendes.



3. CANALS DE VENDA DEL FESTIVAL

El sistema haurà de permetre la venda multicanal d'entrades, paquets, combinats (entrada + productes, serveis o activitats d'un mateix espectacle del Festival) i altres productes (vals de promoció o descompte, sopar, etc.), de forma simultània i des d'un únic pla de sala. La integració dels canals de venda amb taquilles serà en temps real, permetent la venda fins a l'últim minut.

Tanmateix, el sistema tindrà l'opció de vendre alguns productes per alguns canals de forma exclusiva, si així ho decideix el Festival.

Tots els canals de venda hauran d'estar configurats de manera integrada i sincronitzada, permetent al Grec Festival de Barcelona la seva gestió centralitzada i l'accés a l'estat de cada operació (venda, reserva, devolució) en temps real. Els canals a definir són:

- a) **Venda taquilla/ front-office**: ha de permetre la venda d'entrades de forma intuïtiva i àgil pel personal de taquilles.

La solució ha de combinar entrades amb diverses tarifes de diferents espectacles i espais/sales.

També permetrà realitzar reserves múltiples, pel que haurà de disposar d'una eina de selecció de seients àgil que permeti la multiselecció de butaques.

Els plànols de butaques han d'oferir informació i traçabilitat dels seients de manera clara i àgil: fila i número de la butaca, disponibilitat del seient (lliure, reservat, venut, etc.). En cas d'estar ocupat/reservat mostrar informació complementària (dades comprador, dia i hora de la reserva/compra i gestor de la venda, etc.).

Ha de disposar de diferents opcions de pagament: efectiu, targeta de crèdit i transferència; i caldrà que permeti el pagament fraccionat d'una venda: part en efectiu / part amb targeta de crèdit / part amb transferència / part en val promocional (veure apartat 4.b.3 per més informació).

Aquest canal ha de permetre la venda de qualsevol producte que comercialitzi el Grec Festival de Barcelona.

El programa ha d'oferir diferents opcions d'obtenció de l'entrada: imprimir l'entrada en paper mitjançant una impressora tèrmica i/o generar-la en format digital per poder enviar-la electrònicament des de la pròpia plataforma.

El mòdul ha de recollir les dades dels compradors i emmagatzemar-les de forma conjunta amb les obtingudes d'altres canals de venda.



- b) **Venda Web:** La funcionalitat de vendes per Internet ha d'estar integrada i sincronitzada en temps real amb la resta de canals. L'adjudicatari custodiarà la base de dades del Festival, la qual caldrà transmetre periòdicament a una base de dades de l'ICUB. Caldrà doncs aportar una API que permeti aquesta realitzar aquesta funció.

El Grec Festival de Barcelona ha de tenir total autonomia en la configuració i gestió dels paràmetres dels productes com tipus d'entrada, preu, promocions, ofertes per canal, etc.; i en l'elecció dels mètodes d'emissió o distribució (impressió d'entrades a casa, enviament a domicili, recollida).

La web de venda ha d'incloure àrees privades d'accés restringit per a particulars (espectadors) i per a grups/professionals, prèviament registrats, permetent al Grec Festival de Barcelona personalitzar la seva oferta i poder oferir-li determinats tipus d'entrades, preus i/o promocions exclusives segons el perfil o col·lectiu.

Aquest canal ha de permetre la comprovació amb bases de dades externes durant el procés de compra per poder validar l'ús de tarifes determinades o adquisició de productes amb privilegis associats.

El sistema haurà de disposar d'un disseny web *responsive*, garantint la visualització i funcionalitat en qualsevol tipus de dispositiu electrònic: ordinadors, tauletes, *smartphones*, etc.

- c) **Compatibilitat en la venda amb canals externs:** El sistema ha de comptar amb un mòdul de gestió de punts de venda i canals de distribució per tal de poder connectar la seva plataforma amb d'altres de sistemes de venda i comercialització d'entrades.

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

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

- Venda en temps real: 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 Grec Festival de Barcelona. Aquesta funcionalitat ha de permetre conèixer l'estat de cada venda i cada operació en temps real (disponibilitat, vendes, reserves, canvis, devolucions), independentment del canal de venda.

Per fer possible la compatibilitat caldrà preveure possibles adaptacions (API) dels sistemes que caldrà posar en desenvolupament.



- Consulta d'informes de venda: el sistema ha de permetre a l'ICUB 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.
 - Aquestes sistemes hauran de poder estar restringits tant en mòdul de venda com en el report d'informes.
- d) **Gestor back-office:** La solució ha de proporcionar un mòdul de back-office que permeti al Grec Festival de Barcelona obtenir autonomia per la gestió de diferents paràmetres: configuració d'espectacles, tarifes, promocions; bloquejos, reserves, venda, cancel·lacions, etc.

També ha de poder permetre l'extracció d'informes predeterminats i *ad-hoc* relacionat amb les vendes i la interacció dels compradors amb el Festival.

És imprescindible que el usuari d'aquest mòdul puguin actuar amb total autonomia a fi d'agilitzar i simplificar les gestions.

Aquest mòdul ha de poder restringir els permisos i accessos a les diferents àrees per perfil d'usuari.



4. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA:

El sistema ha de comptar amb una estructura àgil, adaptable, flexible i versàtil, permetent que els usuaris el puguin utilitzar d'una manera intuïtiva i que qualsevol canvi/modificació que es requereixi respongui a les necessitats del Festival, tant per part del programa com per part de l'equip de suport.

El sistema caldrà que compti, mínimament, amb tres mòduls:

- a) **Web de venda al públic i professionals:** web de venda que permeti la multielecció d'espectacles, pel que serà imprescindible la configuració d'una cistella de compra que permeti acumular diferents productes abans de realitzar el pagament.

Tanmateix, permetrà l'aplicació de codis promocionals en el procés de compra que permeti l'aplicació d'un descompte en el total de la compra o bé en algun/s dels espectacles.

Abans de la finalització de la compra, s'ha de permetre que l'usuari pugui editar la seva selecció de forma total o parcial, és a dir, bé eliminant un o varis productes, bé modificant els paràmetres (seient, data, etc.) d'algun dels productes.

Caldrà que el procés de compra garanteixi la recollida de dades dels compradors segons els camps que s'indiqui per part de l'organització del Festival, les quals hauran de ser custodiades en una base de dades que serà accessible en tot moment per part del personal del Festival.

L'aplicació ha de donar resposta al possible requeriment d'emetre factura detallada de la compra per part del comprador.

La web ha de ser dissenyada amb el *look and feel* del web del Festival, pel qual es facilitaran les imatges corresponents per poder fer-ne la composició, les quals seran propietat de l'ICUB i d'ús exclusiu per aquesta finalitat.

Caldrà que el web disposi d'un sistema *responsive* que faciliti la compra tant en ordinadors de sobretaula com en aparells portàtils com smartphones, tauletes, etc.

L'adreça del web podrà ser allotjada sota domini de l'adjudicatari, però caldrà consensuar prèviament amb l'organització del Grec l'adreça URL escollida.

La web serà de ser revisat periòdicament pel personal indicat de l'ICUB, sent susceptible de sotmetre'l a modificacions en cas de considerar-ho necessari.



- b) **Mòdul de venda a taquilles (front-office):** el mòdul de venda de taquilles podrà executar-se bé des d'una aplicació instal·lable o des d'una URL. Haurà de tenir les funcionalitats indicades a la web online, incloent diferents modalitats de pagament descrites al punt 3.a, i que es puguin realitzar de forma parcial.

Caldrà que la visualització dels mapes de les sales i informació dels espectacles: funcions, preus, etc. es presenti de forma ordenada i clara. Serà recomanable que la interfície presenti els espectacles en catàleg, incloent un comptador d'entrades disponibles en cadascun d'ells, a fi de que el personal de taquilles puguin disposar de manera ràpida i senzilla de la informació. En cas de no ser possible l'opció descrita, caldria que el sistema aportés una solució alternativa amb el mateix fi.

Caldrà preveure que el mòdul permeti la modificació i cancel·lació de vendes, totals o parcials, de manera autònoma, àgil i intuïtiva.

Tota la informació ha de ser compartida en temps real amb la resta de mòduls (venda online i venda externa), a fi d'evitar vendes duplicades.

És preferible que es pugui integrar TPV físic a fi de simplificar el pagament amb targeta i facilitar el retorn de diners en cas de devolució, vinculant doncs la venda al sistema directament.

- c) **Mòdul back-office:** aquest mòdul ha de permetre configurar paràmetres tal com:
- **Canvis configuració:** Permetrà que l'usuari pugui fer modificacions del nom, data i tarifes dels espectacles de forma autònoma
 - **Modificacions i cancel·lacions:** Permetrà que una venda ja realitzada es pugui modificar parcial o totalment en diferents aspectes: canvi de butaca, canvi de funció, canvi d'espectacle, anul·lació d'una de les entrades (en cas de compra múltiple), etc. sense que afecti a la resta de la venda. Veure també punt 4.b.6.
 - **Reserves:** Permetrà realitzar reserves d'un o diferents espectacles i s'associarà a diversos camps com: nom, correu electrònic, telèfon, etc.; paràmetres a través dels quals es podrà realitzar la recerca a posteriori. Un cop es converteixi la reserva en compra, el sistema permetrà modificar els camps i emmagatzemar-los directament a la base de dades de compradors.
 - **Bloquejos de seients/entrades per diferents col·lectius:** Permetrà bloquejar i desbloquejar de forma autònoma seients i/o entrades podent categoritzant-ne les mateixes. Aquest bloqueig ha de ser visual sobre els mapes numerats i en el cas de sales no numerades caldrà que el mòdul en doni la informació corresponent. Així



doncs, permetrà diferenciar diferents tipus de bloquejos: tècnics, protocol, invitacions, etc.

- **Generar informes de venda:** Permetrà generar informes de venda a través de diferents filtres (data de compra, data espectacle, espectacle, tipus de tarifa, canal de venda, control d'accessos, etc.), els quals es desenvolupen amb més detall al punt 5.10. La informació obtinguda d'aquests informes haurà de ser en temps real.



5. FUNCIONALITATS DEL SISTEMA

5.1. Plataforma multilingüe, multiespai i multielecció de productes

La solució ha de permetre l'autoconfiguració d'entrades simples, abonaments/paquets, i combinats d'entrades amb productes i/o serveis del Festival. Aquesta combinació pot comportar la venda de productes de diferents NIF i, per tant, també aplicar diferent IVA, pel que caldrà que el comprovant de venda reflecteixi, en tot moment i de forma transparent, les dades fiscals i desglossament de cada producte.

El disseny i contingut de les entrades i paquets promocionals ha de ser autogestionable, adaptable i flexible a possibles canvis un cop realitzada la configuració.

La solució ha de permetre la inclusió d'elements informatius i publicitaris en les entrades electròniques de manera automàtica i segons el perfil de cada comprador. El disseny de les entrades, per tant, no pot estar sotmès a cap tipus d'exclusivitat, ni tampoc es permetrà la inserció d'elements no autoritzats per l'organització del Festival.

La plataforma haurà de ser multilingüe oferint, com a mínim, les següents llengües: català, castellà i anglès. Caldrà comptar amb un servei lingüístic que garanteixi la revisió semàntica i ortogràfica del contingut en tots tres idiomes.

El sistema ha de permetre emetre entrades nominals. Aquesta configuració podrà ser aplicable a totes les localitats o bé a una determinada tarifa, o espectacle o espai. Com exemple es podria sol·licitar emetre una tarifa exclusiva d'un espectacle amb entrades nominals, i la resta emeses de forma anònima (només amb la recollida habitual de les dades de compra, però sense vincular-ho a l'accés al recinte); o bé que algun espectacle requereixi de ser configurat amb entrades nominals, però d'altres no.

5.2. Configuració d'espectacles i d'altres productes:

L'alta de qualsevol espectacle i/o activitat ha de poder realitzar-se en qualsevol moment i de forma autònoma pel Grec Festival de Barcelona. Tanmateix, s'ha de poder gestionar múltiples esdeveniments de manera simultània.

La seva modificació ha de ser realitzable en qualsevol moment, inclús un cop iniciada la venda, si el Festival Grec de Barcelona així ho determina.

Es valorarà positivament que la plataforma suggereixi a l'espectador productes relacionats amb l'espectacle/esdeveniment seleccionat durant el procés de compra, la configuració del qual no podrà ser arbitrària si no consensuada prèviament amb l'organització del Festival.

5.3. Configuració de tarifes, abonaments i vals promocionals

El preu de cada espectacle, abonament o qualsevol altre producte ha de poder-se configurar de manera autònoma, permetent que es puguin crear tantes tarifes i preus per una mateixa entrada, abonament o producte com sigui necessari.

Cada tarifa s'ha de poder tractar de forma independent, limitant la seva inclusió per canal i en terminis de temps predeterminats.

El sistema ha de permetre establir preus i/o descomptes exclusius per grups d'usuaris específics, els quals hauran de poder ser seleccionats mitjançant diferents filtres: hàbits de compra (nombre d'entrades comprades, última data de l'última compra, etc.), per hàbits de consum (tipologia d'espectacle, gènere, espai, etc.) o bé ad hoc, mitjançant un llistat concret d'usuaris. Caldrà que les avantatges particulars els apareguin en el seu espai virtual bé de manera automàtica o voluntària, segons el tipus de tarifa/descompte predefinida. Per exemple, es podrà establir que tots els usuaris que hagin comprat un nombre concret d'entrades puguin obtenir un benefici automàtic en posterior adquisicions i fins una data determinada; o bé que tot un llistat d'usuaris puguin tenir un preu determinat en un o varis espectacles del Festival.

La solució ha de permetre limitar la venda d'una tarifa/promoció o canal concret tant en el nombre d'usos com amb una limitació temporal.

Un dels productes habituals del Grec Festival és un val promocional equivalent un nombre determinat d'entrades i d'espectacles que el comprador pot bescanviar amb un codi identificador únic.

El comprador haurà de poder bescanviar el Val Promocional als diferents canals de venda independentment del canal pel que hagi estat adquirit el val pel que el codi identificador haurà de ser homogeni per tots els canals de venda.

El codi identificador tindrà validesa per un nombre determinat d'entrades, les quals s'hauran de poder bescanviar de forma flexible. Per una banda, l'usuari podrà utilitzar el val per obtenir entrades per un mateix espectacle, o bé combinar-les entre diversos espectacles disponibles. Per exemple, en el cas que el val promocional equivalgués a 4 entrades d'una selecció determinada d'espectacles, l'usuari ha de poder bescanviar per 4 entrades per un mateix espectacle, 2 per un espectacle i 2 per un altre, 1 entrada de 4 espectacles diferents, etc. Per altra banda, l'usuari n'ha de poder fer ús en diferents compres. És a dir, ha de poder-lo utilitzar de forma parcial i deixar un saldo pendent per poder reutilitzar-lo en un futur i dintre d'unes dates determinades.



En el cas que la selecció de l'usuari fos superior al saldo disponible del val promocional, la cistella ha de poder validar part de l'import amb el val promocional i realitzar el pagament de l'import restant a través dels mètodes habilitats al canal escollit.

Caldrà que el sistema ofereixi traçabilitat de les operacions i disponibilitat de saldo del val promocional en tots els canals (venda online a l'espai virtual del comprador, venda front-office pel personal de taquilles i back-office per poder-ne obtenir els informes desitjats). Com a mínim, caldrà que es mostri la següent informació:

- Segons data de caducitat: vàlid o invàlid
- Segons l'ús: saldo inicial, saldo gastat i saldo restant, i detall de les entrades escollides.

El sistema hauria de permetre el registre del val promocional a nom d'una tercera persona, distingint el comprador i el beneficiari. Per tant, caldrà que inclogui l'opció d'enviar el val promocional com a regal a una adreça de correu electrònic diferent de la del comprador.

5.4. Configuració de sales i localitats

La solució ha d'oferir autonomia en la configuració de dades sobre el recinte, espais o teatres i poder configurar aquests en subespais i sales, amb l'objectiu d'associar la configuració de venda o gestió corresponent.

Serà convenient que el propi sistema inclogui un editor de plànols que permeti configurar amb autonomia la configuració de cada sala. Aquest editor ha de ser versàtil i flexible, permetent reproduir la distribució de la sala de la manera més fidel a la realitat, així com permetre canvis en la mateixa en cas que sigui necessari. Algunes d'aquestes modificacions poden ser: ampliacions i reduccions d'aforament, demarcació de zones per tarifes, exclusivitat de tarifes en seients específics, inclusió de zones no numerades en recintes numerats i viceversa, bloqueig i desbloqueig de venda en zones concretes, canvis de tarifa, etc.

Qualsevol de les modificacions o actualitzacions realitzades en els plànols s'haurà de fer efectiu i en temps real a tots els canals de venda del Festival.

Pel que fa a la informació relativa a la configuració dels seients, el programa ha de permetre associar a cada localitat, com a mínim, els següents paràmetres:

- tipus de localitat
- numeració del seient i fila,
- identificació de la zona i accés
- tarifa



Institut de Cultura

- mobilitat reduïda
- visibilitat d'escenari
- categoria
- disponibilitat, indisponibilitat, invalidació
- observacions

La solució permetrà assignar regles o privilegis de venda a cada localitat (preu per zona, categoria de seient, canals de venda amb dret de venda d'una butaca, ús exclusiu, seient numerat o de lliure elecció, seient no disponible, seient amb promoció específica, etc.).

La visualització dels plànols i seients haurà de ser clara i de fàcil gestió, permetent ampliacions per facilitar-ne la navegació als usuaris.

En el cas del mòdul de front-office i back-office, caldrà que contingui funcionalitats addicionals a fi d'agilitzar els processos de gestió. Així doncs, caldrà que els plànols continguin informació interactiva, de manera que seleccionant o situant-se sobre un seient es pugui obtenir informació relativa al mateix com: fila i numeració, tipus de seient, disponibilitat, dades del comprador, etc.

Tanmateix, serà necessari que visualment es pugui distingir els diferents tipus de seient amb una paleta de colors: disponibles, ocupats, bloquejats, reservats, invitacions, etc.

Tanmateix, atesos a les condicions variables derivades de la nova situació del sector, la solució ha d'oferir l'elecció de butaca intel·ligent, de manera que es bloquegi de forma automàtica els seients necessaris per garantir les mesures de seguretat (o d'altres protocols derivats de les regulacions en motiu del COVID-19), en funció de la selecció escollida pel comprador. Aquest bloqueig s'ha de fer de forma automatitzada i ha de permetre establir una variabilitat de criteris configurables, si fos necessari.

Seria recomanable que el sistema permetés configurar diferents mètodes de selecció de seient pels usuaris, segons les necessitats del Festival, permetent doncs configurar una elecció automàtica o bé manual. En el primer cas, s'oferiria a l'usuari la millor localitat disponible en funció de la categoria seleccionada (preu, zona, etc.) amb l'opció de poder modificar la selecció suggerida pel sistema. En el segon cas, l'usuari hauria de realitzar la selecció de seient de manera totalment autònoma.



5.5. Gestió i control dels processos de venda

El Grec Festival de Barcelona ha de poder assignar a cada canal 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 una zona d'un espectacle exclusivament a taquilla, oferir una promoció especial només al web del festival o en el web d'un operador; assignar diferents tarifes, seients, etc. a cada canal; no oferir entrades per a determinades representacions en determinats canals, etc.

El procés de compra ha de ser àgil i transparent, permetent oferir el màxim d'informació possible als usuaris tals com: localitats disponibles per espectacle/funció, localitats restants per tarifa (en el cas que el nombre estigui limitat), missatges emergents en cas de realitzar una operació no acceptada pel sistema, etc. Tanmateix, caldrà que, abans de finalitzar el procés de compra, l'usuari pugui veure un resum de la selecció de productes escollits i tenir la possibilitat de poder modificacions i supressions dels elements. Aquesta modificació, en cap cas, hauria d'afectar a la resta de la compra, permetent mantenir la reserva dels seients escollits durant un temps determinat.

Pel que fa al mòdul de venda online, un cop finalitzada la compra, l'usuari s'haurà de possibilitar diferents mètodes d'obtenció de les entrades tal com l'opció d'imprimir o descarregar les entrades. Alhora, caldrà que la solució envii un correu electrònic de confirmació de compra a l'adreça registrada en el procés de compra, el qual inclourà un resum de la compra amb informació dels productes adquirits, preu, informació legal i informació addicional en cas que fos necessari, junt amb un arxiu adjunt contenenent la/les entrades o un enllaç directe per poder realitzar la descàrrega de les mateixes, el qual haurà de poder ser accessible fins acabat el Festival. També haurà de donar la opció a la emissió de factura corresponent a la compra realitzada.

El mòdul de front-office haurà de tenir l'opció d'imprimir en paper l'entrada o bé enviar-la directament al client via correu electrònic (tal i com s'especifica a l'apartat 4.b) en el mateix format que en la venda online.

Tanmateix, aquest mòdul ha de permetre la possibilitat de reimpressió d'entrades ja emeses sigui quin sigui el canal de venda.

El mòdul de back-office haurà d'oferir informació centralitzada de la venda, permetent obtenir informació en temps real de tots els canals, conjuntament i per separat, així com de la ocupació de cadascun dels espectacles, a fi de poder tenir un control sobre l'activitat del Festival.



5.6. Canvis, cancel·lacions, modificacions

El sistema ha de permetre modificar nom, data, hora, tarifa i qualsevol informació relativa a l'espectacle fins i tot quan ja estigui oberta la venda.

Igualment, ha de possibilitar canvis en la disposició de les sales (configuració/disposició dels seients, bloqueig/desbloqueig de localitats).

Caldrà que es pugui modificar una entrada ja emesa (canvi de seient dins el mateix espectacle) o modificació total o parcial de la venda (canvi de funció d'un espectacle, canvi d'espectacle, retorn d'una entrada). El sistema ha de poder realitzar la modificació o l'anul·lació parcial de la venda sense afectar a la resta de productes adquirits, en cas que els hi hagués.

En el cas de cancel·lació d'un espectacle per part de l'organització del Festival, el sistema ha de poder retornar automàticament i de forma massiva l'import de les entrades adquirides mitjançant el canal online en un termini màxim de 24h des de la comunicació de l'anul·lació. En el cas d'entrades venudes a taquilla, el personal del Festival en gestionarà el retorn de l'efectiu i el sistema en facilitarà la devolució en el cas de productes adquirits amb targeta de crèdit/dèbit, en cas de presentar un sistema de cobrament integrat.

5.7. Base de Dades i CRM

Les dades de contacte dels compradors/espectadors, així com la informació relativa a la compra hauran de quedar registrades de manera automàtica en una base de dades que serà de propietat i exclusivitat del Grec Festival de Barcelona.

Tanmateix, l'adjudicatari haurà de disposar d'una API per poder bolcar de forma periòdica tota la informació a una base de dades pròpia de l'ICUB.

Caldrà que la solució connecti la base de dades amb un CRM que permeti visualitzar l'històric per comprador, permetent categoritzar-los i aplicar de beneficis segons el perfil/registre assignats.

Per tant, cada usuari caldrà que tingui un registre personal, el qual haurà d'estar sincronitzat amb tots els canals de venda, de manera que el propi usuari pugui accedir a les seves operacions, independentment del canal escollit, i el personal del Festival també en pugui obtenir traçabilitat, a fi de millorar l'experiència de l'usuari i centralització de les dades.

El CRM haurà d'estar integrat en temps real amb tots els components del sistema o incloure diverses eines enfocades al Màrqueting, Vendes i Servei de Suport / Atenció a l'Espectador, així com report d'informes.

Els trets principals que caldria que incorporés serien:

- Base de dades central: aquest CRM haurà de ser la base de dades central del Grec Festival de Barcelona, alhora que s'inclourà a la base de dades de l'ICUB, amb l'objectiu de poder centralitzar i gestionar des d'un sol punt tots els contactes de l'ICUB.
- Emmagatzematge de dades: El CRM ha de permetre emmagatzemar de manera manual i automàtica les dades de contacte, informació transaccional i informació sobre el comprador que siguin rellevants per als diferents departaments de l'ICUB (Comunicació, Públics, Gestió, Administració, etc.).
- 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, informació actualitzada, dades històriques, i aspectes de màrqueting i/o comercials de cada contacte de l'ICUB, amb la finalitat de facilitar l'organització de dades i la seva gestió. Aquestes fitxes han d'incloure camps informatius i resums històrics de l'activitat dels compradors.
Cada usuari haurà de tenir un identificador únic, el qual serà consensuat amb l'organització del Festival.
L'eina CRM haurà d'actualitzar qualsevol informació en temps real a la fitxa de client.
- Gestió de contactes duplicats: el CRM ha d'evitar que es dupliquin contactes a la base de dades, pel que haurà de tenir una eina de detecció i report d'aquests supòsits, alhora que permetre la fusió de dues fitxes per agilitzar-ne l'actualització.
- Segmentació: el CRM ha de facilitar un alt grau de segmentació de la base de dades (compres, assistència, edat, residència, categoria d'espectador, localitat, informació històrica de compres, etc.) acumulant diferents filtres i aplicant condicions diferents a cadascun d'ells, per poder realitzar estudis de perfil i comportament de visitants, i gestionar grups i subgrups de contactes.
- Configuració de promocions: La solució ha d'oferir total autonomia i un alt grau de flexibilitat en la configuració de promocions relacionades amb: preus, dates, període de durada de la promoció, productes disponibles, limitacions i destinatari, de la mateixa manera que ha de poder controlar amb total seguretat l'ús adequat d'aquestes promocions (comprador en possessió d'un cupó validat, perfil de l'espectador s'adequa a la promoció).



El mòdul de promocions de la solució ha de treballar en temps real amb el CRM amb l'objectiu que el Grec Festival de Barcelona pugui condicionar la promoció a un perfil d'espectador conegut i rellevant (segons consum, codi postal, preferències, edat, gènere , etc.) i poder conèixer el retorn (venda executada) de cada promoció. La solució ha de permetre poder configurar de manera autònoma aquests quatre tipus de promocions, com a mínim:

- Promoció Genèrica: disponible per a tothom.
- Promoció amb Codi Promocional: només disponible per a espectadors en possessió d'un codi promocional.
- Promoció segmentada Simple: en funció d'un criteri personal (edat, localitat, gènere, perfil, col·lectiu, històric de compres).
- Promoció segmentada Combinada: en funció de diversos criteris personals combinats (edat + localitat + gènere + perfil + col·lectiu).

5.8. Business Intelligence

Es valorarà positivament que la solució inclogui una eina de Business Intelligence (BI) amb l'objectiu de recopilar totes les dades procedents dels diferents components de la solució i permetre'n extreure aquelles que siguin rellevants en cada moment. L'eina haurà de realitzar anàlisis segons diferents criteris i transformar les dades extretes en cada estudi a informació fiable i actualitzada per a la seva avaluació, interpretació i presa de decisions.

a) Característiques adequades del Business Intelligence:

- Eina de sincronització entre els diferents components de la solució, així com sistemes externs.
- Magatzem de dades que reculli paràmetres generats pels diversos components de la solució.
- Sistema de gestió de bases de dades que permeti la gestió i manteniment de la base de dades d'una manera eficient.
- Motor de consultes que permeti a l'ICUB obtenir en un temps mínim respostes fiables en l'anàlisi de grans volums de dades.
- Motor de generació i gestió d'informes de forma centralitzada, accessible i autònoma per la seva gestió i execució

b) Possibilitat de realitzar les següents funcions:

- Experiència d'usuari: analitzar de dades sobre períodes de temps prolongats i determinats per tal de poder analitzar els comportaments de compra.
- Venda d'entrades: informació sobre totes les vendes, reserves, anul·lacions, ocupació d'espectacles i històrics de vendes, per tal de poder realitzar una anàlisi exhaustiva sobre el rendiment de les vendes del Grec Festival de Barcelona.
- Indicadors: permetre fer previsions pel que fa a la venda de cada espectacle

- Màrqueting: analitzar tota informació relativa a accions i campanyes de màrqueting, obtenint ràtios de rendiment i efectivitat tant en termes globals com seleccions específiques de perfil d'usuari.
- Segmentació: agrupar la base de dades d'espectadors en funció de característiques comunes (vendes, procedència geogràfica, canals de venda, edat, etc.) per poder enfocar correctament les campanyes promocionals.
- Eixos d'anàlisi: totes les informacions i dades han de poder ser analitzats en funció dels diferents criteris: producte, contacte, origen, tarifes, promocions.
- Comparativa plurianual: s'ha de poder extreure comparatives entre les diferents edicions del Grec Festival de Barcelona.

En el cas que l'adjudicatari no pugui oferir la solució, caldrà que tingui desenvolupada una API que permeti la integració sincronitzada amb un BI extern.

5.9. Gestió i control d'accessos

El sistema ha de permetre el control d'accés de totes les entrades emeses mitjançant la lectura de codi de barres i QR a través de PDA i terminals mòbils o sistemes similars equivalents. Caldrà que el sistema de control d'accés proporcioni les següents funcions:

- a) Gestió centralitzada d'accessos: ha de facilitar la gestió centralitzada de tots els punts d'accés dels diversos teatres participants del Festival.
El sistema sincronitzarà les dades amb la base de dades de compra i emmagatzemarà, almenys, la data i hora d'accés al recinte, així com qualsevol incidència sorgida en el procés, per tal de poder monitoritzar la informació i resoldre la incidència de forma àgil i ràpida.
- b) Control d'esdeveniments simultanis: ha de permetre controlar accessos a espectacles/activitats simultanis en un mateix i/o diversos recintes/sales.
Així doncs, el codi de barres o QR de cada entrada haurà de contenir informació codificada i única per espectacle, dia, hora i recinte que permeti ser identificada correctament i emetre el permís o denegació d'accés en el moment de l'escaneig.
Tanmateix, qualsevol incidència relacionada amb l'entrada caldrà que es comuniqui de forma concisa i concreta sobre la PDA o dispositiu d'escaneig, per tal que el personal del Festival pugui resoldre-ho de la forma més àgil possible.
- c) Privilegis d'accés i mobilitat: ha d'oferir total autonomia per poder configurar privilegis d'accés o de mobilitat dins del recinte a cada tipus d'entrada o acreditació: accés a una o diverses zones, entrada només a un espectacle, accés a una roda de premsa, accés lliure pel recinte (per a personal, artistes), etc.



- d) Anul·lacions, cancel·lacions, modificacions i canvis: El Grec Festival de Barcelona ha de tenir autonomia per poder anul·lar un codi de barres o QR de manera immediata. En cas de cancel·lació d'un espectacle, el Festival ho comunicarà amb immediatesa al personal de suport del sistema de venda qui es responsabilitzarà de l'anul·lació massiva de tots els QR emesos per aquell espectacle en concret, a fi d'evitar possibles incidències.
- En cas de produir-se una modificació en la data/hora/recinte de l'espectacle/activitat un cop iniciada la venda, caldrà que el sistema permeti l'accés de les entrades ja adquirides o bé oferir una solució adient que suposi el mínim perjudici per l'espectador.
- En cas de produir-se un canvi d'entrada, caldrà que el sistema de venda anul·li automàticament l'anterior, un cop emesa la nova entrada, a fi d'evitar possibles usos fraudulents, així com sobre aforament dels espais.
- e) Informació sobre accessos: el personal del Festival ha de tenir accés en temps real a tota informació relativa als accessos: ocupació, incidències, horaris d'accés, flux per punt d'entrada, freqüència d'assistència, etc.
- f) Suports: reconeixerà els següents suports d'entrades: física, *print at home* i codi QR que alhora haurà de poder adaptar-se a qualsevol tipus de dispositiu: PDAs, terminals mòbils (smartphone), etc.
- g) Connexions: el control d'accés funcionarà en instal·lacions amb connexió a Internet. No obstant, caldrà que el sistema asseguri el control d'accés en cas que la senyal d'internet falli mitjançant un salt automàtic a mode off-line.
- 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 hauran d'estar sempre a disposició de l'ICUB.
- i) Perifèrics de control: L'empresa adjudicatària subministrarà, si així ho requereix l'ICUB, els aparells d'escaneig necessaris per a realitzar el control d'accessos als recintes i proporcionarà el suport adient al personal que cobreix el servei. El nombre d'accessos pot ser variable a cada Festival, però es requerirà un mínim de 15 aparells, el lloguer dels quals ja caldrà incloure en l'oferta presentada.
- Qualsevol aparell addicional es llogarà a part, prèvia aprovació de pressupost.



5.10. Informes

El sistema ha de tenir integrat un mòdul d'informes flexible que permeti extreure informació ad hoc segons diferents criteris, alhora que poder programar-ne de predefinits per poder agilitzar les tasques diàries.

L'accés i obtenció d'informes s'haurà de poder restringir segons el perfil d'usuari. Com a mínim caldrà que l'aplicació permeti emetre els següents informes amb criteris discriminadors de data i espectacle:

- Llistat de vendes per espai, espectacle i funció.
- Llistat de vendes diàries i acumulades per espectacle i funció
- Ingressos per espectacle: desglossats en tarifes i canals de venda
- Ingressos per producte: entrades, abonaments, vals promocionals.
- Llistat liquidació per usuaris i punts de venda (especificant el mètode de pagament) en un període de venda.
- Resum de vendes per espectacle
- Llistat de reserves per espectacle o funció.
- Llistat de vendes per tipus de tarifa
- Llistat seguiment val promocionals: val venuts i saldo inicial, entrades bescanviades i saldo pendent per usuari, entrades pendents i saldo final.
- Llistat d'invitacions i/o bloquejos per espectacle i funció: llistat de seients bloquejats o assignats a invitacions amb les dades d'ocupant
- Llistat total venda: llistat complet de venda de tots els productes del Festival, incloent informació del comprador, canal de venda, tipus de producte, tarifa, data i hora de la venda, unitats, preu unitat, preu total
- Llistat total de vendes per forma de pagament: especificant tipus d'entrada, espectacle i forma de pagament
- Control d'accés: llistat de compradors d'un espectacle amb dades de contacte
- Ocupació per espectacle: llistat d'assistents a un espectacle



6. USUARIS

La solució ha de permetre a l'ICUB poder crear i distingir diferents tipus d'usuaris,

- ✓ usuaris personals (per exemple, nom i cognom d'un usuari)
- ✓ usuaris professionals (per exemple, nom, cognom i entitat)

als que se'ls podrà assignar els privilegis d'accés i drets de gestió segons el perfil d'usuari que l'ICUB consideri adients.

Un mateix usuari ha de poder tenir diferents perfils (Administrador), i fins i tot excepcions d'ús pel que fa a un dels seus perfils.

Els usuaris poden ser:

- a) Usuaris interns o usuaris pertanyents a l'ICUB: el sistema haurà de permetre la configuració de cada usuari per adequar-lo al rol/perfil que ha de tenir.
- b) Usuaris externs: usuaris amb els que l'ICUB decideixi mantenir un acord de col·laboració – col·lectius, operadors de venda externs, etc. Aquests usuaris han de poder accedir de manera autònoma a una zona privada i restringida segons el perfil designat pel Grec Festival de Barcelona.
- c) Espectadors: usuaris que accedeixin a una àrea personal de la botiga online del festival mitjançant la identificació que, prèviament, hauran escollit garantint la llei de protecció de dades.

El registre de contactes es podrà determinar en diferents rols: com a públic o com a col·lectiu i es podrà associar a diferents criteris creats amb autonomia (premsa, protocol, professionals, etc.).

L'espectador ha de poder editar el perfil de la seva àrea personal, accedir al seu historial de compres i accés a la impressió de les seves entrades.

En comprar l'entrada l'usuari ha de rebre un correu a la seva adreça de correu electrònic amb les seves entrades o bé un enllaç directe i segur per poder descarregar-les, alhora que emmagatzemar la/les entrades adquirides a l'espai personal per poder-hi accedir sempre que ho requereixi.



7. REQUERIMENTS DEL SISTEMA. RENDIMENT LLOC WEB

El sistema ha de permetre monitoritzar estadístiques d'ús de pantalles i el comportament de l'usuari: Origen del tràfic, embussos d'entrada, temps de permanència, tasses d'abandonament, etc.

El licitador ha de garantir que el lloc/s web de vendes suporti/n els indicadors habituals de trànsit, cerques i vendes habituals en l'operació del Festival

Les mètriques que Sistemes ICUB utilitza per mesurar el rendiment del lloc web són les següents:

- a) Nombre d'usuaris actius
- b) Pàgines vistes
- c) Factor de rendiment del motor de cerca d'acord amb pàgines vistes

Els valors màxims que s'indiquen en aquest apartat són els pics proporcionats per el Google Analytics dels llocs Web del Grec en les edicions 2019 i 2020 del Festival.

a) Nombre d'usuaris actius

A efectes d'aquest plec considerem un usuari actiu a aquell usuari únic que ha iniciat una sessió al lloc web per unitat de temps tal i com es defineix per Google Analytics. Les mesures que s'han assolit per el lloc Web el GREC històricament en les dades de referència 2019-2020 són:

- Pic d'usuaris actius per dia : 340.000 Aprox.
- Pic d'usuaris actius per minut : 1.000 Aprox.
- Mitjana d'usuari per dia : 60.000 Aprox.
- Mitjana d'usuari per minut : 200 Aprox.

○ Requeriment 1

Mínim d'usuaris actius per minut : s'estableix com a mínim d'usuaris actius per minut que ha de suportar el lloc Web en **1.500** d'usuaris actius per minut.

○ Requeriment 2

En el cas de superar el mínim d'usuaris actius per minut, el licitador haurà d'augmentar la capacitat del maquinari per tal de donar servei al nombre de usuaris actius per minut. Aquest escalat del maquinari i el nou productiu s'han d'assolir **en un temps no superior a 30 minuts**, des del enviament de la petició d'escalat del ICUB.

El licitador haurà de garantir amb el seu proveïdor de *hosting* que pot disposar d'aquest servei amb aquest SLA. El no assolir aquest requeriment comporta penalitzacions per el licitador

b) Pàgines vistes

A efectes d'aquest plec , una pagina vista es una instància d'una pàgina que es carrega (o es torna a carregar) en un navegador. El Nombre de pàgines visualitzades és una mètrica que es defineix com el nombre total de pàgines visualitzades.

El lloc web ha de servir les següents pagines vistes:

- Pic de pagines vistes per dia : 500.000
- Mitjana de pagines vistes per dia : 130.000

○ Requeriment 3

Capacitat per servir com a mínim el mateix número de pàgines vistes com a pic i em mitjana per dia

c) Factors del motor de cerca

Si el lloc Web ofereix un servei de cerca, s'ha d'incloure els factors de rendiment del motor de cerca als càlculs de rendiment.

○ Requeriment 4

S'ha de calcular el nombre d'usuaris per minut que realitzen activitats relacionades amb la cerca utilitzant els nombres de pàgines vistes per minut i aplicant un % d'usuaris que realitzant cerques. El motor de cerca ha de suportar aquest nombre d'usuaris.

○ Requeriment 5

Seguretat - firewall, escaneig per detectar amenaces i còpies i restauració en cas de problemes

○ Requeriment 6

Disponibilitat - Garantia de mínim un 95% de disponibilitat de la plataforma



8. EQUIP D'ATENCIÓ AL FESTIVAL

El prestatari proveirà un servei de suport en català i/o castellà amb les funcions de:

- Atendre consultes funcionals i tècniques del servei procedent del personal de l'ICUB
- Resoldre incidències que afectin el funcionament dels diferents serveis
- Recollir incidències i peticions per part dels compradors de la plataforma web (usuaris particulars), que seran traslladades al personal de referència de l'ICUB i posteriorment respostes als usuaris segons els criteris pactats.
- Recollir peticions d'actualització i d'evolució del servei
- Recollir i registrar conjuntament totes les incidències, consultes i peticions

Aquests serveis estaran dirigits a l'ICUB 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 Grec Festival de Barcelona.

Les persones que donaran el servei de suport a l'ICUB estaran suficientment formades en la solució i coneixeran adequadament els processos de negoci i els productes comercials del Grec Festival de Barcelona.

Caldrà que l'empresa adjudicatària presenti un organigrama del personal dedicat en cadascuna de les àrees del procés, entre els quals, haurà de figurar un cap de projecte, amb experiència demostrable en esdeveniments similars, que s'establirà com a persona de contacte habitual per al responsable de tiqueting del Festival.

El servei disposarà, d'almenys, un número de telèfon i correu electrònic. Tanmateix, caldrà assignar una persona de referència des de la sortida a venda i fins la finalització del Festival.

El servei haurà d'estar disponible, com a mínim, en la següent disposició:

- ✓ Jornada normal: Dies laborables de 9 a 18h
- ✓ Servei 24/7: de del dia de sortida a venda i fins a la finalització del Festival* caldrà prestar servei de suport de dilluns a diumenge en horari d'atenció al públic presencial. Tanmateix, caldrà posar a disposició del personal de l'ICUB un telèfon d'emergències per incidències fora de l'horari establert.

* Les dates del festival poden variar segons l'edició i/o causes externes al Festival. L'organització del Festival informaria amb un mínim de dos mesos d'antelació de les dates exactes del Festival on seria necessari la prestació d'aquest servei

Temps de resposta davant incident:

Es considera un incident aquell que implica una interrupció o degradació del servei ofert per la plataforma. El proveïdor ha de garantir la resolució d'incidents independentment de la seva naturalesa. En rebre l'incident del sistema de monitorització, el proveïdor revisarà el problema, diagnosticarà la causa si la seva naturalesa ho permet i si és possible restaurarà el servei.

El temps en que el proveïdor informará en primera instància al personal de l'ICUB i començarà a realitzar el diagnòstic de l'incident dependrà del nivell de la incidència, que es podrà definir segons la següent tipologia:

- a) Incidència crítica o de nivell 1:** el servei no funciona o una de les funcionalitats bàsiques no ho fa. Implica una parada o degradació greu (pèrdua del 50% o superior del conjunt d'usuaris) de l'operativa normal de funcionament per als serveis considerats com a crítics i descrits a continuació:
- Gestió i control dels processos de venda d'espectacles
 - Gestió i control del sistema d'abonaments
 - Gestió i control de les reserves i bloquejos de Relacions Públiques
 - Control d'accés integrat
- b) Incidència greu o de nivell 2:** l'aplicació o una de les seves funcionalitats té una anomalia important, tot i que no impedeix l'operativa normal dels serveis considerats com a crítics. En aquests casos, el servei suposaria una degradació del servei inferior al 50% del conjunt potencial dels usuaris.
- c) Incidència normal o de nivell 3:** l'aplicació o una de les seves funcionalitats té una incidència que no afecta greument a l'operativa dels usuaris.

Els temps de resposta i el diagnòstic de l'incident s'hauran de fer segons els criteris següents i en funció del nivell de l'incident:

Tipologia d'incidència	Temps màxim de 1a resposta	Temps màxim de 1er diagnòstic
Nivell 1 / Crítica	10min	90min
Nivell 2 / Greu	90min en horari laboral	180min fora d'horari laboral
Nivell 3 / Normal	180min en horari laboral	24hrs

En cap cas el prestatari establirà el canal de comunicació de la incidència, deixant aquest criteri en arbitrarietat del personal de l'ICUB segons el nivell de gravetat de la incidència.

Una demora reiterada de l'atenció de suport podrà comportar penalitzacions sobre el preu acordat que s'establirà de la següent manera:



Si el proveïdor no aconsegüís assolir l'objectiu anterior, l'ICUB podrà reclamar una compensació segons l'establert a la taula següent

- Període de mesurament: Anual
- Paràmetre de mesurament: % de disponibilitat dels serveis
- Valor objectiu: $\geq 90,00\%$

Taula de Nivell de servei i compensació*:

$\geq 90,00\%$	No aplicable
$80,00\% - 90,00\%$	15%
$70,00\% - 80,00\%$	20%
$< 70,00\%$	30%

*La compensació s'aplicaria sobre el 2n pagament, però en base al valor del contracte anual.

El prestatari proveirà un servei de formació al personal del Festival (taquilles, administració, etc.) tal i com s'indica al punt 2. **GESTIÓ DE LES DADES I SEGURETAT**

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.

Totes les dades recollides són propietat de l'ICUB, pel que l'adjudicatari ha de preservar la seva custòdia i confidencialitat i es compromet a no compartir cap d'aquestes dades segons estableix la llei orgànica 3/2018 del 5 de desembre.

L'adjudicatari traspasarà totes les dades recollides a la base de dades de l'ICUB en temps real o, en el seu defecte, en intervals horaris.



10. CALENDARI DE PROJECTE

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.

- d) Fase d'estudi de migració de les dades històriques del Festival al nou sistema
- e) Fase de personalització i configuració del sistema
- f) Fase de migració de dades històriques: contactes, espectacles, vendes, etc.
- g) Fase d'assessorament en l'adquisició, instal·lació i manteniment tècnic del maquinari vinculat al sistema
- h) Fase de posada en marxa del sistema
- i) Fase de formació del personal usuari del sistema
- j) Fase de prova del sistema
- k) Fase d'ajustos i adaptacions finals del sistema
- l) Fase d'acceptació
- m) Fase d'implementació definitiva

Cal tenir en compte que el Festival efectua dues etapes de venda d'entrades, les quals es descriuen a continuació:

Etap 1.- Venda Val Promocional: durant el període nadalenc, el Festival treu a la venda un paquet de 4 entrades que posteriorment els espectadors podran validar en el mateix sistema un cop desvetllada la programació. Cadascun dels paquets haurà de tenir un codi únic i facilitat per l'empresa adjudicatària, el qual s'haurà de poder bescanviar a posteriori per entrades del Festival.

Aquest bescanvi haurà de poder fer-se en diferents variables:

4 entrades pel mateix espectacle, 1 entrada per 4 espectacles diferents, 2 entrades per un espectacle i 2 per un altre espectacle, etc.

Tanmateix, haurà de permetre el bescanvi parcial que permeti al comprador fer el bescanvi en diferents fases/compres.

Etap 2.- Inici venda d'entrades: La data d'inici de la venda d'entrades i bescanvi del val regal pot variar d'any en any. No obstant, el Festival comunicarà la data a l'empresa prestatària del servei amb un mínim de dos mesos d'antelació, a fi de poder establir els terminis corresponents a cada fase per tal d'assegurar la correcta consecució del calendari descrit en el punt anterior.



11. SEGUIMENT DEL SERVEI

La plataforma de venda s'ha de poder adaptar al disseny de la web corporativa del Grec Festival de Barcelona. Durant la fase de configuració, l'equip tècnic de l'ICUB haurà de tenir accés a la web de construcció per tal de poder verificar els paràmetres i emetre correccions, en cas que sigui necessari.

Tanmateix, durant el mateix procés, el personal tècnic designat per l'ICUB podrà requerir informació tècnica del sistema i fer-ne les comprovacions que n'estableixi necessàries.

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

L'incompliment reiterat del plec tècnic i directrius acordades amb l'organització del Festival podrà comportar sancions a l'empresa adjudicatària.