

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DEL CONTRACTE MITXT DE SUBMINISTRAMENTS I SERVEIS 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 totalment autogestionable per part de l'ICUB, que permeti la reserva i venda de totes les entrades d'espectacles propis, d'abonaments, menús, paquets promocionals, vals regal del Festival Grec de Barcelona o altres esdeveniments que es decideixin, així com la gestió i emissió d'invitacions del Festival. Tanmateix, ha d'oferir una solució de control d'accés electrònic als espais que permeti saber l'aforament en temps real, 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 Festival Grec de Barcelona la gestió integral, amb disponibilitat de les eines de gestió necessàries per dur a terme accions de manera autònoma per part del Festival.

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 podrà fer ús ni cessió d'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 així com per la importació de dades en brut a sistemes de gestió de clients, comptabilitat, ERP, BI, SAP, etc.

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

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
- Disseny de l'entrada, i gestió integral de tota la informació necessària pel funcionament del sistema de vendes.

- Adaptació al *look and feel* de la web de l'edició del Grec Festival de Barcelona, amb les imatges, logotips, colors i tipografies que proposi l'organització.
- 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.
- Ha d'incloure un CRM que permeti gestionar totes les dades de la relació amb els clients, i on s'integrin les dades de registre, vendes i correu electrònic, permetent tot tipus de segmentacions i la integració amb un gestor de mailing que ens faciliti la comunicació amb els propis clients.
- El servei ha d'incloure la gestió, importació de dades, *seating* protocol·lari i enviament de les invitacions.
- Servei suport tècnic per usuaris de la plataforma online i pel personal del Festival 7/24. Durant l'obertura del Festival, el suport serà presencial, tant per la venda com per les entrades de protocol.
- Servei d'atenció al client pels compradors de la venda online. Com a mínim s'haurà de proporcionar dues vies de comunicació als espectadors, preferentment elegibles atenció telefònica i correu electrònic. Per l'atenció telefònica, no podrà utilitzar-se cap línia de pagament addicional, fora del sistema tarifari habitual. Tampoc podrà instal·lar-se cap contestador automàtic.
- Formació pel personal de taquilles de l'edició del Festival.
- Gestió de la qualitat del servei que inclourà, entre d'altres, un manteniment correctiu i possibles evolutius del sistema de vendes.
- La llengua vehicular interna i externa del sistema i el servei serà la catalana.
- Haurà de disposar com a mínim, del certificat d'Esquema Nacional de Seguretat (ENS) en grau mitjà.

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:

La solució ha de permetre la venda d'entrades per part del personal de taquilles de forma intuïtiva i àgil.

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 multi selecció 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 de disposar d'un sistema d'impressió d'entrades a casa per mitjà de codis de barres o codis QR, així com de sistema d'entrades al mòbil (*mobile ticket*).

Les entrades que rep el comprador les ha de rebre per correu electrònic, en format pdf adjunt, a més del QR al cos del correu electrònic. S'hauran de poder descarregar o imprimir en un sol arxiu, sempre en format pdf.

També ha d'incloure un CRM que permeti gestionar totes les dades de la relació amb els clients, i on s'integrin les dades de registre, vendes i correu electrònic, permetent tot tipus de segmentacions i la integració amb un gestor de mailing que ens faciliti la comunicació amb els propis clients.

La base de dades ha de permetre la importació i exportació de dades, tan de clients com de vendes, i ha de disposar d'una interfície de comunicació amb altres sistemes com pot ser un BI o l'eina de comptabilitat.

Les dades han de ser analitzables mitjançant consultes i informes flexibles, amb selecció autònoma dels camps a incloure i dels filtres a aplicar sobre aquests camps.

L'eina ha de ser usable a nivell de *back-office*, i amable i senzilla d'ús per al client final.

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 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. També haurà de complir amb les normes d'accessibilitat WCGA 2.2.

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* integral 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 multi elecció 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 de l'edició corresponent, 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 en un domini de l'adjudicatari, però caldrà consensuar prèviament amb l'organització del Grec l'adreça URL escollida.

La web es revisarà periòdicament pel personal indicat de l'ICUB, i serà susceptible de rebre 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 presencial amb targeta i facilitar el retorn de diners en cas de devolució presencial, vinculant doncs la venda al sistema directament.

c) Mòdul *back-office*:

Aquest mòdul ha de permetre configurar, com a mínim, els següents paràmetres:

- **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
- **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. El programa permetrà modificar un plànol un cop començada la venda, sense perdre els bloquejos i les configuracions realitzades prèviament.
- **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 i hauran de coincidir els tipus de bloquejos que s'hagin fet (invitacions, tècnica, etc.) amb els que estiguin configurats al plànol de l'espectacle corresponent.

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 català serà la llengua principal i qualsevol

comunicat o missatge que s'envii al comprador ha d'estar prèviament consensuat per l'ICUB. Així mateix, la llengua vehicular amb l'equip del Festival Grec sempre serà el català, tant per les comunicacions com pels tràmits de la plataforma.

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.

5.3. Configuració de tarifes, codis promocionals, abonaments i vals promocionals

El preu de cada espectacle, els codis de descompte, 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 regal 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 Regal als diferents canals de venda independentment del canal que hagi estat adquirit el val, pel que el codi identificador haurà de ser homogeni per tots els canals de venda. S'haurà de poder bescanviar a totes les sales de venda externa que s'hagin adherit al val regal. El bescanvi ha de ser intuïtiu i àgil.

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 ha 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. El val promocional també ha de poder-se bescanviar a sales i teatres no gestionades directament pel festival que s'hagin adherit al val promocional.

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
- 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 fàcilment identificables i modificables: disponible, ocupat, bloquejat, reservat, invitació, etc.

Tanmateix, atesos a les condicions variables derivades de la nova situació del sector, la solució ha de poder oferir l'elecció de butaca intel·ligent, de manera que es bloquegin 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.

El sistema ha de permetre 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 enviï 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 contenen 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 i disposició dels seients, bloqueig i 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 n'hi hagi més d'un. Així mateix, cada usuari ha de poder realitzar un o més canvis d'entrades de forma automàtica.

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 diàriament 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 podrà obtenir-ne traçabilitat, a fi de millorar l'experiència de l'usuari i la centralització de les dades.

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

El CRM haurà de complir amb tota la normativa del RGPD i de la Llei Orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de Protecció de Dades Personals i garantir els drets digitals. L'ICUB supervisarà els mètodes de recopilació de les dades i la gestió de les bases de dades per assegurar aquest compliment.

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'hi inclourà la base de dades propietat de l'ICUB, amb l'objectiu de gestionar totes les dades des d'un mateix sistema.
- 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, i alhora a de 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 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

La solució ha d'incloure 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, o bé una API que permeti la integració sincronitzada amb un BI extern.

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) Ha 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.

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 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 20 aparells, el lloguer dels quals estarà inclòs en el preu del contracte.

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 discriminators 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 únic per espectacle amb tota la informació detallada i unificada

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.

L'adjudicatari 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 darreres edicions 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 més altes que s'han assolit històricament al lloc Web el GREC són:

- Pic d'usuaris actius per dia : 340.000 Aprox.
- Pic d'usuaris actius per minut : 3.500 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 **2.500** 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 20 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 fet de no assolir aquest requeriment comporta penalitzacions per el licitador, d'acord amb allò assenyalat a l'apartat 8 del present PPT i al PCAP

El licitador pot considerar posar una cua d'espera per poder accedir a la compra d'entrades, sempre amb el vistiplau de l'ICUB.

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 pàgines vistes per dia : 500.000
- Mitjana de pàgines 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

El lloc web ha d'oferir un servei de cerca i 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 duplicats de la web i restauració en cas de problemes. L'empresa ha d'aportar un protocol d'actuació davant de les amenaces que es detectin i per actuar en cas de duplicació de la web.

○ **Requeriment 6**

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

8. EQUIP D'ATENCIÓ AL FESTIVAL

El prestatari farà servir el català com a llengua vehicular i proveirà un servei de suport per les següents funcions:

- 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

El prestatari designarà les persones que oferiran aquest servei, sempre en el benentès que hi haurà una persona referent del projecte que serà l'interlocutor directe amb l'ICUB.

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 el personal que adscrigui al contracte haurà de figurar un cap de projecte, amb experiència de més de tres anys demostrable en festivals/esdeveniments culturals amb diversitat de recintes i gestió d'aforaments numerats. El cap de projecte serà el responsable de projecte i la persona de contacte habitual per al responsable de tíqueting 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 que estigui disponible durant tot aquest període.

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.

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 informarà 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 diagnosi 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 resolució
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 a la decisió 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 aconsegueix 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.

9. GESTIÓ DE LES DADES I SEURETAT

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:

Etapa 1.- Venda Val Regal: durant el període nadalenc, el Festival treu a la venda dos paquets de 2 i 4 entrades respectivament, 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, i permetre bescanviar-los alhora per tal de poder triar els seients continus.

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

Etapa 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 d'un mes 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 determinarà l'empresa i la metodologia de l'auditoria.