

## PLIEGO CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

### Índice:

1. Introducción .....	2
2. Características técnicas de la solución .....	2
3. Descripción de material.....	3
4. Taquillas, invitaciones y acreditaciones .....	3
5. Control de acceso .....	3
6. Alcance del proyecto.....	4-8
a. Tipos de productos soportados .....	4
b. Principales procesos a implantar.....	4
c. Venta de entradas On-line.....	5
d. Venta de entradas en taquillas .....	5
e. Gestión de descuentos .....	6
f. Operativa acreditaciones e invitaciones .....	6-8
i. Recepción de las peticiones de las acreditaciones.....	6
ii. Migración de datos .....	6
iii. Incorporación de datos a mano.....	6
iv. Formulario abierto en la web del festival.....	6
v. Gestión de las peticiones .....	6
vi. Automatización de la gestión.....	6
vii. Modalidad de acceso a las salas .....	7
viii. Acceso mediante la petición de la invitación .....	7
ix. Acceso mediante la petición de invitaciones por empresa.....	7
x. Otros .....	8
g. Análisis de ventas .....	8
h. Creación de campañas en CRM (opcional).....	8
7. Entregables por Festival y configuración del software.....	8
8. Soporte y soporte presencial.....	8
9. Otros requisitos de interés .....	9

## **1. Introducció**

Como parte de los trabajos para llevar a cabo sus actividades el Sitges, Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya (en adelante “el Festival”) propone llevar a cabo la contratación de un sistema de ticketing integral y autogestionable que dé respuesta a las necesidades de éste en cuanto a la venta de entradas y abonos, venta y gestión de las acreditaciones, gestión de las invitaciones y control de acceso.

## **2. Características generales de la solució**

Como herramienta para llevar a cabo las actividades descritas en el punto anterior, el Festival requiere de un sistema global de ticketing personalizable y autogestionable para la venta de las entradas y abonos, venta y gestión de las acreditaciones, gestión de las invitaciones y control de acceso.

Dicho software deberá presentar las siguientes características:

- Que sea independiente y autónomo, pudiendo ser también el Festival el gestor de su programación, configuración y diseño.
- El software será ofrecido “en la nube” para facilitar su utilización desde diferentes localizaciones.
- El software será único, es decir, desde un único programa se podrán realizar las operaciones de venta de entradas y abonos, gestión de las invitaciones, gestión de las acreditaciones y control de acceso.
- Que los diferentes módulos para realizar la venta y reserva de las entradas y abonos del festival, la venta y gestión de las acreditaciones, la solicitud, reserva y gestión de las invitaciones, sean personalizables, al igual que sea posible personalizar el diseño de la entrada por tipo de canal, producto, fecha, etc.
- Que cuente con un módulo de gestión de eventos y un editor de planos completo, siendo su uso totalmente autónomo.
- Que el alta y modificación de los datos de los eventos sea autónoma y que se pueda realizar de forma simultánea por varios miembros del equipo del Festival.
- Que disponga de un módulo de informes avanzado y personalizable para los resúmenes de ventas globales con la posibilidad de segmentar los datos
- Que permita la creación de una aplicación móvil personalizada útil tanto para la venta de entradas y abonos como para la solicitud / venta de las acreditaciones y petición y entrega de las invitaciones, ofreciéndose su descarga desde Google Play y iTunes.
- La aplicación será “Responsive Design” para poder trabajar con cualquier tamaño de pantalla.
- Que los datos personales de los clientes del Festival sean introducidos en una base de datos propiedad de éste.
- Que disponga de una herramienta de control de acceso electrónico profesional integrada en tiempo real y de forma sincronizada.
- Que ofrezca un servicio de soporte personalizado, ágil y con un tiempo de respuesta inmediato.

- Que disponga de un sistema de gestión de acreditaciones e invitaciones que permita recibir las peticiones en la web del festival y segmentar el aforo de varios colectivos con varios privilegios.
- Que el sistema permita aceptar o rechazar dichas peticiones y enviar comunicaciones personalizadas a cada uno de los diferentes colectivos.

### **3. Descripción de material**

La solución deberá prestar servicio en cuatro entornos con módulos y material diferenciado:

- Taquillas
- Invitaciones
- Acreditaciones
- Control de acceso

### **4. Taquillas, invitaciones y acreditaciones.**

El software deberá poder ser empleado en cualquier ordenador con conexión a Internet sin necesidad de instalar ningún programa específico, empleando para su uso un navegador por internet comercial, tanto para actividades de venta y reserva de las entradas y abonos, venta y gestión de las acreditaciones y gestión y reserva de las invitaciones.

La aplicación deberá ser compatible con el material que actualmente dispone el festival.

- 12 ordenadores (tipo PC)
- 2 Impresoras de tarjetas Evolis USB

El material será configurado y probado por el proveedor de la solución e instalado en los diferentes puestos de venta de taquillas, gestión de invitaciones y gestión de acreditaciones.

En su defecto el proveedor podrá facilitar todo o parte del material alternativo detallado en el punto anterior que se adapte a su solución.

Dicho material y su papel / tarjetas será obtenido por el festival, instalado, configurado y probado en los diferentes puestos de taquillas y oficina.

### **5. Control de acceso**

El control de acceso se pondrá en marcha en cuatro recintos diferentes (Auditori, Retiro, Prado y Tramuntana).

El software deberá ser compatible con los siguientes modelos, que ofrecen la calidad y características que el Festival requiere.

- 10 x MC70 con lector de 1D
- 4 x PDAs MC75 con lector 2D

Dicho material deberá ser aportado, probado, instalado y soportado por el fabricante de la solución de venta de entradas.

En su defecto, el proveedor de la solución deberá proporcionar una solución alternativa válida para el Festival.

## **6. Alcance del proyecto**

### **a. Tipos de productos soportados**

Los productos de venta que deberán ser soportados por el sistema de ticketing serán los siguientes:

Abonos:

- Abono 10, 20 y 40
- Abono Butaca VIP (Auditori y Retiro)
- Abono Auditori
- Abono Matinée

Sesiones (aproximadamente unas 300)

Acreditaciones:

De venta:

- Prensa (A y B)
- Profesionales (B y B2)

Sin coste:

- Jurado
- Màrketing y Marketing VIP
- Protocolo y Protocolo VIP
- Estudiante
- Organización (Rosa, Naranja, Roja)
- Voluntario
- Invitado
- Pase Técnico
- Otros

La plataforma deberá soportar la combinación de la venta de entradas con otros productos, como por ejemplo, la venta de un paquete combinado de entradas + hotel.

### **b. Principales procesos a implantar:**

La solución deberá hacer posible:

- Venta de entradas y abonos por Internet.
- Venta de entradas en taquillas.

- Venta y gestión acreditaciones.
- Gestión invitaciones.
- Control de acceso.
  
- Análisis de las ventas de todos los productos durante todo el proceso, exportables a formato excel y pdf.

**c. Venta de entradas on-line:**

La venta on-line se realizará en la página web oficial del festival con la modalidad de marca blanca. Pudiendo realizar el proceso completo de ventas sin link out hacia una tercera página.

En su defecto, la venta se realizará a través de link, siempre y cuando el diseño de la web se asemeje al de la web del festival, de manera que el cliente no tenga la sensación de estar en una web diferente.

El sistema deberá ofrecer la opción a los usuarios de la compra on-line en una página web cuya configuración permita la compra ágil en teléfonos móviles y la descarga inmediata de la entrada en formato electrónico adaptado a smartphones.

El proceso de compra deberá ser en varios idiomas, siendo el catalán, castellano e inglés los tres idiomas imprescindibles. La traducción del proceso de compra y comunicaciones asociadas deberá ser automática según configuración previa o en su defecto, según configuración del navegador del usuario.

El sistema deberá estar preparado para integrar la venta de entradas en las redes sociales e informar de las ventas producidas por este canal. Todas las entradas distribuidas on-line, sea cual sea el canal, propondrán la opción de informar de la compra de la entrada en las redes sociales.

Se establecerá un tiempo mínimo de proceso de compra de 15 minutos, modificable y ampliable si así el usuario lo requiere. Una vez superado el tiempo las entradas se liberaran y quedaran de nuevo disponibles a la venta.

**d. Venta de entradas en taquillas**

Será necesario crear perfiles diferenciados en la solución, cada uno de ellos con posibilidades de acceso a diferentes funciones.

La venta de entradas en taquillas permitirá las operaciones in situ. Dispondrá, al menos, de las mismas funcionalidades que la venta on-line.

El comprador podrá elegir entre la modalidad de pago efectivo o tarjeta.

Deberá contar con la posibilidad de vender desde cualquier taquilla las entradas para cualquier recinto incluido en el circuito de eventos.

La taquilla permitirá, al menos, las acciones siguientes:

- Visualizar las sesiones de todo el festival, y la disponibilidad de entradas (entradas disponibles, sesiones agotadas o a punto de agotarse).
- Emisión de entradas y abonos en el aforo numerado y no numerado, pudiendo mezclar las dos modalidades.
- Vender entradas con descuento.
- Imprimir invitaciones.
- Gestionar las ventas disociando el cobro en efectivo o TPV.
- Bloquear o reservar entradas, también en mapa de butacas.
- Gestionar las entradas compradas online: seguimiento del estado de las mismas (día y hora que se compró, a nombre de quién y en caso de fallo durante el proceso saber cual).
- Gestionar pedidos pasados: remisión de entradas compradas on-line, cambio de asiento, anulación de entrada, etc.
- Reimprimir o duplicar las entradas, invalidando la anterior.
- Elaborar informes exportables a excel y pdf.
- Obtener información relativa a eventuales incidencias técnicas (conectividad impresora, desconexión wifi, etc.)

***e. Gestión de los descuentos:***

La comprobación de la validez de la venta de las entradas con descuentos se realizará, en el caso de algunos colectivos, vía web service o directamente contra la base de datos de las entidades, o bien mediante la migración de datos en la plataforma.

La venta de entradas con descuento podrá estar limitada a un cupo y será compatible con la comisión en concepto de gastos de gestión.

Se podrá ver cuántos descuentos máximos se pueden comprar con cada carné para una misma sesión. En una misma compra de más de una entrada se podrán aplicar diferentes carnés de descuento (no acumulables para una misma entrada).

***f. Operativa acreditaciones e invitaciones.***

i. Recepción de las peticiones de las acreditaciones:

La gestión de las solicitudes de las acreditaciones se realizará antes y durante el festival de las formas siguientes:

ii. Migración de datos:

La organización del festival recoge los datos en formato Excel o CSV y se migran los datos de forma masiva en el sistema. El sistema también deberá aceptar la migración de fotos.

iii. Incorporación de datos a mano:

La organización del festival podrá incorporar datos manualmente en el sistema y alterar datos y privilegios de los acreditados confirmados previamente.

iv. Formulario abierto en la web del festival:

En el canal de venta de acreditaciones se pondrá a disposición del festival uno o varios formularios completamente personalizables y abiertos al público en los cuales los diferentes colectivos podrán realizar la petición de la acreditación.

Todas las peticiones serán recogidas en el sistema que permitirá la gestión autónoma por parte de la organización. Dichas peticiones se podrán aceptar o rechazar de forma ágil, enviando un comunicado de forma automática con la aceptación o rechazo de dicha petición, con la posibilidad de modificar su contenido antes de enviarlo.

v. Gestión de las peticiones:

El sistema deberá permitir la fácil gestión de los colectivos con sus correspondientes privilegios. Los diferentes colectivos serán segmentados de forma clara en el sistema y su gestión se podrá hacer de forma segmentada por parte de la organización.

vi. Automatización de la gestión:

El sistema estará automatizado para que cada uno de los colectivos pueda gestionarse de forma autónoma y automática.

Así mismo, se podrán programar las comunicaciones a éstos colectivos pudiéndolas diferenciar entre sí.

vii. Modalidad de acceso a las salas:

Acceso directo a todas las salas mediante código de barras en la acreditación limitado a un cupo **(modificable a tiempo real)** por tipo de acreditado y con un horario limitado y en algunos casos pudiendo estar relacionado directamente con un asiento numerado.

- Prensa A, Prensa B, Estudiantes, Jurado (únicamente a su sala), Abono butaca VIP Auditori (únicamente a su sala), Abono butaca VIP Retiro (únicamente a su sala), Abono Auditori, Abono Matinée. Todos los acreditados en el pase de prensa de las 8 de la mañana, respetando la prioridad de la entrada a la prensa, público y estudiantes y limitado al aforo de la sala.

viii. Acceso mediante la petición de la invitación:

La petición de las invitaciones se realizará mediante la plataforma y siempre ateniéndose a los criterios de invitación relacionados con cada tipo de acreditado, los cuales se configurarán internamente en el sistema, así como al límite del cupo total de invitaciones asignadas para cada cupo.

Existirá la posibilidad de configurar en la plataforma la confirmación o rechazo automático de las peticiones (según disponibilidad) o la confirmación o rechazo manual por parte de la organización.

En todos los casos se enviará una comunicación automática al cliente de confirmación o de rechazo de la petición, que posibilidad de ser modificable antes del envío.

La aplicación permitirá escoger el envío de la invitación directamente al código de barras impreso en la acreditación, por correo electrónico, al móvil o la recogida en taquilla.

Así mismo, la aplicación deberá contar con la posibilidad de emitir y enviar invitaciones aunque la persona invitada no pertenezca a ningún grupo de acreditados. Así mismo deberá poder contar con la posibilidad de ponerla a otro nombre o incluso enviarla a un correo electrónico distinto.

ix. Acceso mediante la petición de Invitaciones por empresa:

La modalidad de acreditado de Márketing VIP y Protocolo VIP, va asociado a una organización. Los miembros de cada una de las organizaciones tienen criterios diferenciados entre ellos. La plataforma deberá permitir la configuración interna de cada uno de los criterios asociados a las diferentes empresas, tanto por número de entradas total para todo el festival como por número de entradas por sesión, pudiendo ser distintas entre ellas.

Las peticiones deberán ser aceptadas por la organización y se podrá asignar en cada caso entradas numeradas o sin numerar. El envío podrá ser masivo, en algunos casos.

Los colectivos prado y retiro y distribuidora se podrán enviar de forma masiva y sin numerar, con posibilidad de poder enviarlo en formato zip

Otros:

Los contactos de los acreditados e invitados formarán parte de la base de datos unificada del sistema de forma integrada para que en futuras ediciones puedan recibir informaciones específicas de su colectivo.

La impresión de la acreditación se realizará desde el festival con una Impresora de tarjetas Evolis. El festival hará entrega física de la acreditación.

**g. Análisis de ventas**

Cada día a una hora concreta que se defina entre el festival y la plataforma se enviará un informe de resumen de las ventas realizadas en cada uno de los canales.

Dicho informe será enviado desde el primer día de inicio de ventas por Internet hasta 10 días después del fin del evento.

**h. Creación de campañas en CRM (opcional)**

La plataforma realizará el lanzamiento de una campaña a todos los usuarios compradores del año anterior, via MailChimp o similar.

La plataforma realizará y lanzará una campaña a todos los usuarios abonados, via MailChimp o similar.



### **7. Entregables por Festival y configuración del software**

El Festival entregará el listado completo de precios de las películas, gastos de gestión, calendario y parrilla completa con un plazo máximo de 15 días antes de la puesta a la venta de las entradas por Internet.

La configuración de películas, precios y disponibilidades en el software de ticketing se realizará entre el personal del festival y el personal propietario de la aplicación.

La configuración será validada por el Festival el día antes de la puesta a la venta de las entradas por Internet; el Festival aceptará por escrito que la configuración realizada es correcta, eximiendo al software de ticketing de cualquier problema derivado de la misma (errores en precio, configuraciones, etc.)

Una vez realizada la puesta a la venta de productos / precios y disponibilidades las solicitudes de cambios se realizarán por escrito. El tiempo de reacción del software será inmediato.

### **8. Soporte previo y durante el festival**

El ofertante designará a una persona que será la interlocutora del proyecto desde el inicio hasta su finalización. Así mismo pondrá a disposición del festival del personal necesario para llevar a cabo junto con el equipo del festival la implementación y gestión de la solución así como el soporte durante todo el proceso.

Para garantizar la correcta realización del proyecto, el ofertante deberá incluir la presencia de soporte presencial durante la duración completa del evento del 8 al 18 de octubre de 2015.

Los técnicos desplazados serán altamente cualificados para cubrir cualquier necesidad sobre dudas de uso, configuraciones de taquillas, configuraciones de acreditaciones e invitaciones y control de acceso.

Los gastos derivados del alojamiento y manutención del personal técnico irán a cargo del ofertante. En todo caso, el festival podrá ofrecer al ofertante alojamiento y manutención como personal de la organización y que el festival facturará por anticipado.

### **9. Otros requisitos de interés.**

Se valorará el uso de herramientas Microsoft y la clasificación del fabricante de software como partner Microsoft.

En caso de solicitarle el fabricante deberá aportar documento de esta en poder del certificado PCI-DSS de comercio seguro.

Posibilidad de filtrar el listado de las sesiones, tanto por fecha, día, hora, recinto, título (orden alfabético).

Que la aplicación disponga de carrito de la compra.

Que la aplicación disponga de wishlist.

Soporte al festival incluso los festivos.

Atención al cliente (incidencias y reclamaciones) todos los días que dure la venta, ésta en catalán, castellano e inglés.

Sitges, 6 de mayo de 2015

Xavier Duran Muñoz  
Director General FSFICC