
PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGIRÁN LA CONTRATACIÓN MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO DEL SERVICIO DE GESTIÓN, EMISIÓN, CAMBIO Y VENTA DE ENTRADAS PARA LOS ESPECTÁCULOS, EVENTOS Y ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA FUNDACION FESTIVAL INTERNACIONAL DE SANTANDER.

I.- OBJETO.

1.- El presente Pliego tiene por objeto establecer los requisitos técnicos y funcionales que han de regir para la contratación del servicio de gestión, emisión, cambio y venta de entradas de las actividades, espectáculos y eventos de la Fundación Festival Internacional de Santander (FIS), en sus diversas sedes.

2.- Los fines perseguidos son:

- Ofrecer diferentes canales de compra al cliente/espectador.
- Dotar al Festival de Santander de un sistema que le permita autonomía operativa y decisoria, con obtención de información en tiempo real de las operaciones de venta, asignación, y anulación.
- Automatización de las operaciones vinculadas a la compra de entradas.

3.- El servicio deberá ofrecer aplicaciones necesarias para la venta de entradas por los siguientes canales:

- Venta directa en taquilla
- Venta por internet
- Venta telefónica

II.- ÁMBITO DE APLICACIÓN.

1.- El sistema contratado deberá aplicarse con plena cobertura a las Salas y espacios del Palacio de Festivales de Cantabria, y sus controles de acceso, y en cualquier otro espacio en el que el Festival de Santander programe sus actividades:

a) Salas

- Sala Argenta
- Sala Pereda
- Sala Griega

b) Controles de acceso

- Sala Argenta / Reina Victoria
- Sala Pereda / Dique de Gamazo

2.- No obstante, en el curso de ejecución del contrato, podrán ampliarse las Salas y Espacios sujetos a este contrato, sin que ello implica modificación del precio del contrato.

III.- REQUISITOS GENERALES.

1.- El sistema, en los términos que se establece en este Pliego, se compondrá de:

a).- Las aplicaciones necesarias para la venta de entradas por los canales antes indicados.

b).- El software o aplicación informática necesaria como soporte de estas aplicaciones.

c).- El control, mantenimiento, soporte técnico y resolución de incidencias.

d).- Los equipos y periféricos necesarios para su ejecución y mantenimiento, una red de comunicaciones (Anexo IX Hardware/Medios Físicos).

2.- Las aplicaciones del servicio que es objeto de este contrato deberán ser adecuadas para la constitución y funcionamiento de un sistema de reserva, emisión, cambio, venta, devolución y de gestión de entradas y audiencia autónomo y completamente gestionable por el Festival de Santander, que cubra específicamente las necesidades de los espectadores y abonados. Deberá desarrollar las funcionalidades que se definen en cada uno de los anexos que acompañan a este PPTe.

3.- El adjudicatario deberá acreditar la totalidad de las exigencias funcionales exigidas en este Pliego y sus anexos, las cuales deberán ser plenamente operativas a la fecha de presentación de las ofertas, debiendo realizar DEMO. El Festival de Santander comprobará la operatividad real de las aplicaciones ofrecidas, debiendo llevarse a cabo la demostración práctica bajo la supervisión de una comisión técnica constituida a tal efecto.

El contenido mínimo a desarrollar será el siguiente:

- Creación, y modificación de un espectáculo, un ciclo y un abono.
- Venta ficticia de una localidad y abono.
- Renovación de abonados.
- Devolución de localidad y devolución parcial, y total de abono, y cambio de localidad.
- Relación de consultas y listados según lo previsto en el Pliego.

4.- El contratista deber cumplir con las especificaciones técnicas de aplicación, tanto nacionales como europeas, siendo conforme con los documentos de idoneidad técnica o sistemas de referencias técnicas elaborados por los organismos de normalización europeos o equivalentes, disponiendo de las autorizaciones o licencias necesarias.

5.- Los datos de carácter personal generados por el sistema quedaran integrados en un fichero cuya titularidad corresponde a la Fundación Festival Internacional de Santander.

IV.- GESTION Y VENTA DE ENTRADAS

1.- La aplicación deberá permitir el servicio de venta de entradas a todos y cada uno de los espectáculos y eventos programados desde cualquiera de los puntos o canales de venta, con posibilidad de emisión ("print at home") de entradas a través de internet, vía telefónica o taquillas, así como la venta directa con papel físico en taquillas.

2.- El servicio contratado deberá permitir la reserva, emisión y venta de todas las modalidades de entradas resultantes de la combinación de las siguientes variables:

a) Según el tipo de espectador:

- Individual
- Abonado
- Otros

b) Según la tarifa aplicable:

- General
- Reducida
- Descuentos especiales
- Gratuita

c) Según el tipo de entrada:

- Individual
- Grupo
- Abonos

3.- El sistema permitirá la venta de abonos, ajustándose a los siguientes requerimientos:

La aplicación permitirá fijar el precio de un abono, constituido no por la suma de precios de los distintos espectáculos que lo componen sino como un montante distinto, de forma que reconozca el precio de los espectáculos vendidos dentro de un abono es, tan solo, la parte proporcional del precio del abono, y permitiendo, de ser necesario, realizar una devolución por la cantidad proporcional al costo del mismo.

La venta de un abono habrá de entenderse efectiva en el momento de su pago, con independencia de que su impresión sea diferida en el tiempo, de manera que un abono cuyo importe haya sido satisfecho nunca quede reflejado como una mera reserva, sino como venta directa de un abono.

El sistema obligará a incluir una fecha límite, más de la cual no estará permitida, ni operativa, la venta de abonos para un ciclo de programación, fecha en la que si será posible la venta de localidades o entradas individuales para esos espectáculos.

La venta de abonos generará listados en los que consten: nombre, apellidos, dirección y teléfono, dirección electrónica del abonado, así como el ciclo y localidad adquiridos incluidos en dicho abono; las bases de datos permitirán emitir, y en su caso, imprimir o exportar como ficheros, listados en los que aparezcan sólo alguno de esos datos, según las necesidades de información. A su vez, se podrán generar idénticos listados a los que se utilizan para la venta libre de localidades.

4.- La venta directa podrá realizarse desde cualquier taquilla física y desde cualquier canal (internet, venta telefónica, otros canales de venta y distribución) de manera simultánea, mostrando un único plano de aforo de sala, debiendo estar configurados estos canales de venta de manera integrada y sincronizada entre sí y en tiempo real, y con la posibilidad de ser explotados con un sistema de Gestión de Clientes (Customer Relationship Management, CRM).

Se podrá asignar diferentes precios a localidades de una misma zona del plano del aforo sin que se pueda producir ningún tipo de alteración en su configuración.

5.- La aplicación permitirá al Festival de Santander gestionar directamente el precio de venta y los importes adicionales, o múltiples variaciones, por canal de venta, que en su caso se determinen. El precio final de la entrada o abono ha de ser mostrado con claridad al comprador.

6.- La interfaz de venta de entradas on-line utilizará el mismo diseño de la página web del Festival de Santander, debiendo integrarse por igual en todos los canales de venta o sistemas de compra. Deberá proporcionarse un módulo web (frame), para su inclusión en la propia web www.festivalsantander.com.

7.- La empresa adjudicataria deberá proporcionar los dispositivos (hardware) necesario para el control del acceso a las Salas y espacios.

8.- El sistema tendrá la posibilidad de realizar de manera automática en tiempo real, o a la hora o momentos que se definan por el Festival de Santander, la captación de todos los datos obtenidos de todos los dispositivos auxiliares necesarios, y consolidar los mismos en la aplicación de administración.

9.- El control de acceso debe estar completamente sincronizado con las restantes aplicaciones del servicio contratado, de manera que cualquier modificación o denegación de acceso pueda ser transmitida de forma automática al sistema.

10.- El diseño de las entradas deberá ajustarse a los criterios y formatos que sean definidos y establecidos por el Festival de Santander, pudiendo definirse en momentos específicos diseños o espacios propios en áreas destinadas a patrocinio, publicidad, etc... debiendo la contratista adaptar los diseños realizados por el Festival de Santander Festival de Santander a todos los entornos de expedición y emisión de entradas incluido formato digital.

11.- La entrada obtenida por cualquier canal dispondrá de códigos QR o BIDI o elemento digital de seguridad equivalente, definido por el sistema de venta de entradas, para evitar su falsificación.

12.- La aplicación deberá permitir realizar las siguientes operaciones:

a).- Acumular ventas de entradas a varios espectáculos de una o diferentes salas en una sola operación.

b).- Aumentar el número de entradas sobre una reserva ya realizada.

c).- Acumular todas las localidades adquiridas por un cliente, a través de venta por internet o telefónica, de manera que en una misma operación se impriman todas las localidades.

13.- El sistema adjudicatario permitirá gestionar y llevar a cabo las posibles devoluciones de los importes de entradas vendidas por internet o por venta telefónica, que se puedan producir por los diferentes motivos acaecidos, con la posibilidad de:

- Devolver el importe de manera directa contra el sistema de pago usado en la compra.
- Creando una tarjeta por el importe de precio reintegrado, quedando en ficha de cliente informado.
- De forma automatizada, contra medio de pago empleado, cuando se cancela un espectáculo por el Festival de Santander.

En estos casos, las devoluciones deberán realizarse a través de gestiones automatizadas, por canal y medio de pago utilizado en la adquisición, quedando registradas para posteriores seguimientos de posibles incidencias.

El sistema será capaz de poder gestionar la posibilidad de las devoluciones, tanto por el importe nominal, como por el importe completo con las variaciones asignadas.

14.- Todas las operaciones realizadas a través de internet, ya sean venta de entradas o actividades, llevarán implícito el desarrollo de los siguientes protocolos para el usuario:

a).- Información sobre los tipos de entradas conforme al esquema definido, horarios de atención y puntos de atención y venta alternativos.

b).- Emisión y envío de un código QR o BIDI en el caso de las operaciones de venta de entradas para el público individual efectuada por diferentes canales telemáticos (correo electrónico, vía sms, app, etc...) Este envío supondrá la confirmación de la operación por el usuario y el acceso a los espacios del Palacio de Festivales de Cantabria.

c).- Emisión y envío de un localizador por entrada adquirida, cuando sea necesario su paso por los expendedores de taquilla para su lectura por código QR o BIDI, acreditación o canje de la misma (entrada reducida, gratuita, etc...), a través de diferentes canales telemáticos (correo electrónico, vía sms, app, etc...) Este envío supondrá la confirmación de la operación.

La recepción de la confirmación de la transacción electrónica se producirá en un tiempo máximo de 10 segundos.

El adjudicatario deberá establecer todas las medidas tecnológicas pertinentes para la comprobación, en aquellos casos en los que el envío con la comunicación de confirmación de la compra o reserva no se ha producido satisfactoriamente, con el fin de evitar la repetición de la operación por parte del usuario.

Igualmente deberá establecer todos los mecanismos necesarios para evitar fraudes, estafas o descubiertos en las transacciones electrónicas, tanto en el portal de internet de venta integrado en la web del Festival de Santander, como en el resto de canales. La aplicación impedirá la venta de entradas hasta que no se haya materializado el correspondiente pago.

Recordatorio El sistema automatizará la posibilidad de envío de un sms, correo electrónico o push-up en app, a todos los clientes del espectáculo (abonados y clientes puntuales), como recordatorio 24 horas antes del espectáculo.

Promociones La aplicación permitirá enviar a través de estos canales Información Promocional de eventos y espectáculos organizados por el Festival de Santander, a aquellos clientes que hayan expresado su conformidad, conforme a la LOPD.

En todos los casos y forma programada en CRM, los envíos se producirán empleando correo electrónico, sms o push-up. De forma extraordinaria se podrán realizar mediante otros canales de comunicación.

V.- GESTION DE CLIENTES

1.- El servicio debe incluir una herramienta o Sistema de Gestión de Clientes CRM (Customer Relationship Management) que permita al Festival de Santander realizar sus tareas de almacenamiento de datos, de gestión directa de información y marketing con los espectadores puntuales y abonados. Desde esa misma aplicación se permitirá la posibilidad de realizar acciones de marketing y promoción, que tenga como finalidad, la obtención de todos los datos que permitan realizar estudios de las promociones y campañas realizadas con seguimiento del cliente hasta gestionar el ciclo completo, adquisición del producto publicitado.

2.- El CRM deberá ser la base de datos central y única del Festival de Santander, debiendo almacenarse en ella, en tiempo real, todos los datos recopilados en los diferentes canales y medios de venta. Para ello el adjudicatario deberá incluir una herramienta profesional de Data Mining/Business Intelligence, que estará perfectamente integrada y sincronizada con los demás componentes del servicio.

Únicamente el personal autorizado por el Festival de Santander podrá acceder a los datos sobre espectadores, abonados y contactos contenidos en el CRM.

3.- El CRM permitirá la creación de listados atendiendo a diferentes criterios, según las necesidades generadas y combinando distintos parámetros (canal, medio de pago, recinto, espectáculo, operador, grupo de venta, momentos de máxima venta, épocas de mayor afluencia de público, recaudación, devoluciones, etc...).

4.- El sistema permitirá extraer toda la información contenida en la base de datos a ficheros ASCII y Excel, a través de un menú que permita seleccionar los campos y parámetros, así como volcar el resultado de las consultas y listados de la aplicación, esta información incluirá los totales por tipo de tarjeta.

VI.- REQUISITOS TÉCNICOS DEL SISTEMA

1.- La oferta del licitador deberá incluir una descripción de la plataforma de software y hardware para la prestación del servicio de acuerdo con las necesidades que a continuación se indican.

2.- La arquitectura del software que emplee el licitador, deberá ser cliente servidor, requiriendo la instalación de un cliente ligero o bien conexión directa al servidor mediante navegador web o software equivalente.

3.- La conexión del software cliente deberá hacerse directamente sobre un servidor Cloud mediante conexión segura, usando la última versión de los protocolos de cifrado SSL o TLS.

4.- Los servicios informáticos necesarios en hosting, para la gestión, emisión y venta de entradas por canales interactivos y control de las mismas, ajustándose a las características necesarias para un buen servicio, y donde incluirán todos los dispositivos que el sistema requiera para la gestión y venta (Equipos de impresión, recogida de entradas, etc...), para el control de entradas y acceso a los espacios (pistolas, pda's, lectores de códigos de barra, etc...) y para efectuar el pago (lectores de tarjetas de crédito).

5.- Se establecen como puntos mínimos de venta y administración, así como puntos de expedición, venta y control los recogidos en el anexo IX.

6.- Si en el transcurso del contrato se diera de alta o baja algún recinto se procederá al traslado de puntos de venta o nuevas dotaciones en los términos establecidos en el pliego de cláusulas administrativas particulares.

7.- La red de comunicaciones de los equipos de venta al público será proporcionada por el Festival de Santander, el cual pondrá a disposición de la adjudicataria un cliente de conexión segura para acceso remoto para gestión del sistema y resolución de incidencias.

8.- El adjudicatario deberá migrar los datos en vigor en el momento de comienzo de su contrato, realizando las modificaciones oportunas en su formato para garantizar la continuidad del servicio, sin que ello, o la puesta en marcha del servicio en producción, implique coste alguno para el Festival de Santander.

El contratista deberá disponer de todas las herramientas de software necesarias para que la migración de datos llegue a buen término, pudiendo realizar el Festival de Santander, antes de la puesta en marcha, las pruebas y comprobaciones necesarias para poder certificar la totalidad del traspaso de datos al nuevo sistema.

Los plazos de ejecución, en caso de realizar la migración, serán de un mes desde la adjudicación de la licitación.

9.- Los equipos de venta al público en las taquillas, licencias de los sistemas operativos, licencias paquetes Microsoft Office y endpoints serán proporcionados por el Festival de Santander.

VII.- REQUISITOS OPERATIVOS DEL SISTEMA

1.- Desde cualquiera de los canales de comercialización será posible la venta de localidades de todos y cada uno de los espectáculos y eventos que los administradores del sistema definan como taquilla de venta. Ello supondrá, ante todo, la venta cruzada de localidades de cualquiera de las salas o espacios en los que el Festival de Santander programe sus actividades, tanto en las taquillas físicas, como de manera deslocalizada en otras salas o recintos donde se celebre el espectáculo o evento.

2.- Los espectáculos creados habrán de quedar ordenados por salas, fechas de celebración, ciclos, etc..., para su visualización en pantalla, tanto por cualquier administrador, como por cualquier vendedor.

3.- Los espectáculos creados por los administradores, sólo serán visibles en los equipos de los vendedores, puestos automáticos o Internet, a partir de la fecha que el correspondiente administrador fije como fecha de inicio de venta. El Administrador podrá establecer diferentes condiciones temporales de venta para distintos canales. Hasta el mismo momento del inicio del espectáculo, la aplicación tendrá que permitir la venta de sus localidades en cualquiera de sus canales de venta.

4.- A la hora de inicio de cualquier espectáculo éste deberá desaparecer de la red general de ventas, no siendo posible la venta de localidades. A partir de dicha hora, el espectáculo sólo será operativo para el administrador/taquillas administrativas para gestión de incidencias, liquidación, e informes pertinentes.

5.- La aplicación informática permitirá limitar la venta o expedición de un número máximo de localidades por espectáculo o evento, por cliente o medio de pago, a criterio del Festival de Santander.

6.- La aplicación permitirá la retirada de aforos del sistema general de venta de un espectáculo, bien completos o parciales, a criterio del Festival de Santander, bien para su expedición directa, o para venta exclusiva en taquillas, o en los canales que se determine. En tales casos, el sistema permitirá la impresión total mediante una orden única, sin que para ello sea necesario acceder al plano para seleccionar el conjunto de localidades. En los citados supuestos, las localidades retiradas no habrán de constar simplemente como impresas, sino que sus datos económicos quedarán reflejados como entradas efectivamente vendidas, si bien claramente diferenciadas de las ventas realmente.

7.- La aplicación permitirá la reimpresión de las localidades, exclusivamente a los usuarios que el Festival de Santander en sus perfiles de configuración determine.

8.- La aplicación permitirá que las reservas de localidades sólo se realicen en las taquillas, o taquillas virtuales (Taquilla Web) que así lo tengan configurado en ambos casos en la seguridad de sus perfiles de acceso.

9.- La aplicación permitirá la visualización, análisis y consultas del aforo completo, desde todos los canales, pudiendo acceder a sucesivas particularizaciones por zonas completas de aforo, mediante zoom, u otra forma equivalente, que identifique cada localidad por su numeración sobreimpresa en el símbolo correspondiente.

10.- En todo caso, las zonas de aforo que figuren en los planos de pantalla, estarán ajustadas a la realidad de zonas de aforo de cada recinto, sin que sean admisibles subdivisiones dentro de una misma área del citado aforo real.

11.- La aplicación permitirá la visualización del número de localidades disponibles por zona de aforo, así como las localidades reservadas.

También permitirá elegir por el cliente, ofreciéndole siempre las mejores entradas de manera automática, por calidad de las butacas, sin necesidad de acudir al plano.

12.- La aplicación distinguirá diferentes tipos de usuario (administrador, producción, taquilla, etc...), permitiendo asignarles funciones diferentes a cada tipo.

13.- La aplicación, conforme a la configuración de funciones que establezca el administrador, deberá ofrecer a estos usuarios las herramientas suficientes para el desarrollo de sus funciones, tales como la creación de los diversos tipos de espectáculos sean estos individuales, abonos o multifunciones, de modo que puedan introducirse las características y peculiaridades de cada uno (fechas, precios, descuentos, visibilidad) bien de forma individualizada o mediante plantillas predefinidas, atendiendo a la tipología del espectáculo, y sus peculiaridades técnicas, y que el administrador pueda trasladar a otros eventos si lo considera adecuado, pero sin que necesariamente haya de recurrirse a un tipo ya creado y preestablecido.

14.- La aplicación podrá permitir en el momento de creación del espectáculo o evento, por decisión del administrador, atribuir diferentes precios a una misma zona del aforo del recinto en el momento de creación del espectáculo, de tal manera que cuando se realice la venta, el taquillero u operador de venta, sólo deba seleccionar la localidad que ya tendrá fijado su precio, de forma automática.

15.- El sistema permitirá la emisión de aforos sin numeración, cuando así lo requiera el espectáculo programado, o el espacio o sala en que debe desarrollarse. La eliminación de dicha numeración, que podrá ser total o parcial (sólo número de butaca, pero no de fila; sólo una zona determinada; varias zonas; un sistema mixto, etc.) correrá por cuenta del administrador o del usuario autorizado, en el momento de creación del correspondiente espectáculo, sin que sea precisa una modificación de aforo.

16.- El sistema identificará individualmente a cada vendedor para cada una de las operaciones que éste realice, sean estas ventas, reimpresiones, devoluciones o cualquier otra permitida a cada tipo de usuario. El sistema contará con un log de auditoría que permita la su revisión en caso necesario, para la supervisión correcta de todas las operaciones realizadas.

17.- La administración del sistema será gestionada íntegramente a cargo del Festival de Santander, tanto para la definición de espectáculos, sesiones y aforos, como para posibilitar en cada momento la venta por los diferentes canales y proporcionar el acceso integro a cualquier tipo de información. No obstante, el adjudicatario deberá prestar soporte necesario para solucionar las dudas o posibles incidencias que pudieran producirse.

Se adjunta en Anexo VI "Módulo de administración" todas las acciones necesarias y obligatorias por parte del Festival de Santander para la explotación correcta de la gestión y administración de venta por canal.

VIII.- SEGURIDAD Y MANTENIMIENTO.

1.- La oferta incluirá una descripción de los mecanismos para garantizar la seguridad, disponibilidad del sistema así como la seguridad de los datos almacenados, de acuerdo con lo establecido en la normativa vigente.

2.- El licitador está obligado a constatar la calidad de servicio en todos los canales y en especial el de Internet, debiendo acompañar a su oferta un documento que establezca un procedimiento de actuación para la gestión de incidencias.

Como contenido básico, deberán incluir la siguiente graduación de incidencias:

- a) INCIDENCIA CRÍTICA, indisponibilidad general del sistema o incidencia grave en las dos horas previas al comienzo del espectáculo.
- b) INCIDENCIA GRAVE, indisponibilidad de partes del sistema o puntos de venta.
- c) INCIDENCIAS LEVES, ralentización de operaciones en el sistema o problemas similares.

No obstante, deberá incluirse también un procedimiento de actuación para la gestión de incidencias no planificadas con su correspondiente procedimiento de escalado.

Deberá fijarse un tiempo máximo comprometido de atención (desplazamiento para efectuar una evaluación de la avería) y un máximo comprometido de resolución (el tiempo máximo en el prestador de servicio se compromete a resolver la incidencia o restablecer el servicio en condiciones normales).

Los licitadores deberán incluir en su oferta estos tiempos y se puntuará en los criterios de valoración las propuestas más ventajosas.

En cualquier caso, será requisito imprescindible que las incidencias críticas puedan ser resueltas en un tiempo máximo de 1 hora, de lunes a domingo.

En el supuesto de que no se resuelva la incidencia en el plazo establecido y hubiera de comenzar el espectáculo sin poder vender entradas en el intervalo de tiempo pactado, el adjudicatario estará obligado a indemnizar al Festival de Santander con una cantidad equivalente al aforo no vendido, de acuerdo con el sistema de indemnizaciones previsto en el pliego de cláusulas administrativas particulares.

Durante el periodo de vigencia de la prestación de servicios, incluidas sus prórrogas, el prestatario se compromete a resolver satisfactoriamente todas aquellas incidencias críticas y graves, tanto en los desarrollos como en cualquier tipo de herramienta o de documentación, y que sean imputables al prestatario por acción u omisión.

Este documento deberá contemplar las consecuencias del incumplimiento del nivel de servicio acordado, incluyendo en su caso un sistema de compensaciones.

3.- El adjudicatario estará obligado al mantenimiento del servicio prestado en dos variantes:

a).- Mantenimiento correctivo. El adjudicatario pondrá a disposición del Festival de Santander un servicio de mantenimiento correctivo, relativo a las incidencias y a los correctivos sobre las integraciones y las personalizaciones. Los compromisos asumidos en el mantenimiento correctivo deben estar expresados en el documento referido en el apartado anterior.

b).- Actualizaciones del sistema. El adjudicatario se compromete a ir incorporando mejoras funcionales y tecnológicas a la aplicación, actualizando el software según los avances técnicos para resolver las necesidades específicas del Festival de Santander, si bien antes de implantar estas actualizaciones deberá contar con su autorización, sin que ello suponga nuevo coste o una alteración en el precio del contrato.

4.- La empresa adjudicataria designará a una persona responsable que actuará como interlocutor del Festival de Santander.

Este responsable tendrá un perfil adecuado para realizar labores de soporte y gestión de la interfaz de venta de entradas y servicios y/o apoyo a las labores de edición del contenido vinculado a las distintas tipologías de entradas en venta en cada momento.

Durante su tiempo de prestación de servicios, dicho profesional servirá a su vez de enlace entre la empresa adjudicataria y el Festival de Santander en todo lo relativo al funcionamiento y actualización del sistema de venta y reserva de entradas y servicios en línea.

5.- El adjudicatario deberá proporcionar dos números de teléfono y dos direcciones de correo electrónico, de cara a dar traslado de las incidencias que pueden producirse, debiendo estar operativos en el periodo establecido.

6.- El adjudicatario estará obligado a realizar la formación necesaria del personal del Festival de Santander para manejo y empleo del sistema, aportando asimismo manuales de usuario. Igualmente, deberá contar con un servicio de soporte/asistencia, que permita resolver las dudas que puedan surgir a estos usuarios, así como auxiliarles en su caso.

7.- El servicio de venta y reserva de entradas a través de Internet estará operativo las 24 horas del día, siete días a la semana. Este servicio podrá ser interrumpido únicamente por motivos de mantenimiento, previa consulta y aprobación por parte del Festival de Santander.

Para estos dos últimos canales de venta, el soporte atenderá de manera inmediata, todas las incidencias relativas a la operativa de los mismos.

8.- El adjudicatario deberá implementar la pasarela o pasarelas de pago que el Festival de Santander tenga en cada temporada, en función de sus necesidades, a través de la plataforma de venta por Internet y venta telefónica, siendo esta pasarela de pago fácilmente personalizable, de manera que permita realizar las adaptaciones oportunas derivadas de las exigencias de diseño de imagen corporativa de la web de venta del Festival de Santander o paginas CSS de estilo diseñadas para sus diferentes microsites generados.

9.- La plataforma de venta proporcionada por la empresa adjudicataria permitirá un control en tiempo real la venta de entradas y reservas que lleve a cabo, y permitirá realizar venta de entradas off-line (fuera de línea), en caso de pérdida de conexión entre el Centro de Proceso de datos, y los puestos de venta.

10.- La comunicación entre el sistema de venta de entradas y el sistema de la institución financiera receptora de los pagos deberá ser obligatoriamente autenticada y cifrada, y deberá cumplir con todos los requerimientos exigibles por REDSYS para su implementación, y revisión anual de sus formularios de seguridad exigidos.

IX.- REQUISITOS FUNCIONALES ESPECIFICOS DEL CANAL DE VENTA DE ENTRADAS EN LÍNEA.

1.- El canal de venta por internet se conformará como una interfaz en línea de venta y reserva de entradas y servicios. El Festival de Santander podrá pedir modificaciones de esta interfaz tantas veces como lo considere oportuno. La empresa adjudicataria estará obligada al desarrollo, integración, actualización, mantenimiento y gestión del mismo atendiendo a los siguientes criterios

2.- El contratista deberá respetar en todo momento las directrices establecidas por el Festival de Santander en materia de imagen institucional y, en cualquier caso, estará sometida a la supervisión previa y expresa, así como instrucciones que pueda realizar la Sociedad en materia de contenidos, logotipos, imagen corporativa, estética, etc...

3.- El Festival de Santander tiene establecida la presencia institucional del Palacio de Festivales de Cantabria, alojada en su web www.festivalsantander.com .

El diseño del canal de venta en línea se realizará de acuerdo con los parámetros gráficos que rigen esa Web y de conformidad con las especificaciones que se puedan dar por el Festival de Santander.

La empresa adjudicataria presentará las propuestas de diseño que el Festival de Santander considere necesarias hasta que cumpla con todos los requerimientos solicitados.

El proceso de implementación del diseño se realizará según cascada de aprobaciones hasta su aceptación final y consiguiente implementación:

- Presentación del diseño en formato gráfico (archivo .psd .png).
- Maquetación en formato web
- Implementación final.

4.- El conjunto de las plantillas elaboradas en código CSS, deberá tener un carácter unitario con la imagen corporativa de la página web y deberá servir de base para el desarrollo individualizado de las distintas modalidades de venta por canal o de servicios añadidos.

Todas las plantillas y diseños generados, serán responsivos, y permitirán la adecuación de todos los formatos generados, a cualquier equipamiento informático, así como toda la gama de dispositivos portables, tablets y móviles existentes en la actualidad, tanto iOS como Android y Windows Mobile.

Las plantillas y páginas desarrolladas incorporarán posibilidades de navegación que garanticen el acceso a la información y a los servicios proporcionados, minimizando al máximo las limitaciones y/o restricciones por razón de discapacidad de cualquier carácter o condicionantes técnicos, atendiendo así a la normativa existente. La accesibilidad se regirá por las pautas WAI indicadas por el World Wide Web Consortium (W3C), en función de la aplicación del RD 1494/2007 de 12 de noviembre teniendo por objetivo llegar un nivel AA en la mayoría de las páginas, así como obtener las correspondientes certificaciones

5.- La empresa adjudicataria, atendiendo a las necesidades de venta del Festival de Santander y previamente a su implementación, elaborará un árbol de contenidos y una estructura de navegación, así como un estudio de usabilidad de su interfaz de venta en línea. Una vez aprobados y con la aprobación del diseño, se procederá a su implementación.

6.- La interfaz de reserva y venta de entradas y servicios en línea deberá ser accesible en español y en inglés.

Se podrán incluir idiomas adicionales (francés, alemán, italiano).

7.- La interfaz de reserva y venta de entradas y servicios en línea se integrará en el sitio web del Festival de Santander, como un área dentro de las plantillas de maquetación de las páginas que conforman la web de información de temporada y calendarios de la web. El área tendrá su propia dirección URL, en la web del Festival de Santander, si así se deseara, denominado "Compra de entradas".

El contratista facilitará la integración del servicio en la página web del Festival de Santander. Esta integración permitirá el acceso directo a la compra de un espectáculo y sesión concreta reduciendo al máximo la navegación dentro de la plataforma de venta, y manteniendo en todo momento la información descriptiva del espectáculo objeto de compra.

8.- El servicio de actualización y mantenimiento de la interfaz de venta y reserva de entradas y servicios se realizará durante las 24 horas del día los 7 días de la semana.

X.- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS.

1.- El adjudicatario deberá cumplir los siguientes criterios en materia de Protección de Datos y Medidas de Seguridad:

- a) El adjudicatario, en su condición de encargado de tratamiento, reconoce expresamente que los datos y registro que se contengan en los Ficheros que se generen a partir de la actividad del servicio aquí descrito son propiedad exclusiva del Festival de Santander, por lo tanto, únicamente los tratará conforme a sus instrucciones y no podrá aplicarlos o utilizarlos con fines distintos a los previstos en este contrato, ni los comunicará, ni los cederá, ni siquiera para su conservación, a otras personas.
- b) El adjudicatario mantendrá el deber de secreto profesional en virtud del artículo 10 de la Ley 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de datos de Carácter Personal, (en adelante LOPD), que corresponde como encargado del tratamiento de datos de carácter personal que se recaben al prestar los servicios objeto del presente contrato.
- c) El adjudicatario, como encargado del tratamiento, devolverá al Festival de Santander, al término del contrato cuantos soportes contengan datos de carácter personal del Fichero, procediendo al borrado de aquellos que se encuentren en su poder, ya sean manuales o automatizados, de forma que se garantice plenamente la destrucción de todos los datos, salvo cuando una Ley en vigor obligue al adjudicatario a conservar dichos datos durante un período de tiempo determinado, en cuyo caso se procederá al bloqueo de los mismos durante el período de tiempo que imponga dicha legislación.
- d) El adjudicatario se compromete a proteger y salvaguardar los datos que se alojen en sus servidores como consecuencia de la prestación del servicio objeto de este contrato.
- e) El adjudicatario está obligado a implementar las medidas de seguridad de índole técnica y organizativa a que se refiere el artículo 9 LOPD, que garanticen la seguridad de los datos contenidos en el Fichero y adoptará, al menos, las medidas de seguridad de los datos correspondientes al nivel medio, que se definen en el *Reglamento de medidas de seguridad de los ficheros automatizados que contengan datos de carácter personal, aprobado por Real Decreto 994/1999, de 11 de junio*.
- f) El adjudicatario se obliga a no divulgar la información obtenida por razón de la ejecución del presente Contrato, comprometiéndose a guardar dicha obligación, aún con posterioridad a la finalización de la prestación objeto del presente contrato.
La confidencialidad no se aplicará a la información que sea o se convierta en públicamente disponible, siempre que las partes hayan cumplido sus compromisos de confidencialidad anteriores.

XI.- PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL.

1.- La adjudicación del contrato y posterior ejecución de los servicios no supondrá, en ningún caso, la cesión por el Festival de Santander al adjudicatario de ningún derecho de propiedad intelectual o industrial, ni de derechos económicos análogos sobre los signos o distintivos del Festival de Santander, ni sobre los contenidos que se faciliten al adjudicatario para actividades de difusión ni sobre cualquier otro material o soporte empleado por el adjudicatario, a excepción

de los aportados por el mismo para el desarrollo y desempeño de las acciones propias del servicio descrito.

El Festival de Santander será el único titular de los todos los derechos de propiedad intelectual sobre la información que se suministre, la configuración de los servicios y gestiones no administrativas que el adjudicatario realice para los espectadores y cualquier otra creación que se realice específicamente para la ejecución del servicio.

Santander, 11 de febrero de 2019.

Relación de consultas y listados mínimos a proporcionar por el Sistema

A.- Consulta de usuarios.

Reflejará, con la debida identificación, los privilegios de acceso y operaciones realizadas por:

- Administradores del Sistema, relacionados con el canal de venta y recinto.
- Vendedores de los distintos puntos de venta, relacionándolos, en su caso, con el canal de venta al que pertenecen, e indicando su grado de acceso al sistema.
- Usuarios de los diferentes recintos y canales de venta del Festival de Santander.

B.- Consulta de entidades o grupos de venta.

Recogerá todos los usuarios asociados a cada entidad o canal de venta, así como los distintos recintos, la venta telefónica, la venta por taquilla o por Internet, así como otros canales que puedan establecerse (taquillas WEB)

C.- Consulta de recintos.

Incluirá los recintos conectados al sistema, indicando direcciones, acceso a minusválidos, teléfonos, fax, etc.

D.- Consulta general, y por espectáculo, de formas de pago.

Reflejará los tipos de tarjetas aceptadas como medio de pago, así como efectivo, transferencia bancaria, además de otras modalidades, tales como: canje por abono o por suspensión, invitación, u "organizadores", en función del acuerdo que exista con cada uno de ellos para la venta de los respectivos espectáculos.

E.- Consulta de códigos de tarifas especiales/descuento.

Recogerá la totalidad de los descuentos admitidos por el Festival de Santander en los espectáculos programados en sus recintos.

F.- Informe de ciclo vigente o historificado.

El usuario habrá de introducir el código del ciclo y/o representación, medio de pago, entidades o grupos de venta así como la fecha o fechas de la representación sobre la que se efectúa la consulta, la cual proporcionará:

- Denominación del ciclo y/ representación.
- Fecha de inicio y fin del ciclo.
- Fecha de inicio de venta anticipada.
- Fecha de cierre de la venta de abonos, si existieran.
- Número de representaciones incluidas en el ciclo.
- Recaudación total y su desglose por abonos, representaciones, descuentos Y formas de pago.
- Descuentos aplicados.
- Desglose de la recaudación por zonas de aforo.
- Precio de las localidades del abono y/o ciclo por las distintas zonas de aforo.

- Total de localidades puestas a la venta.
- Total de localidades vendidas.
- Localidades disponibles.
- Porcentaje de ocupación

G.- De representación vigente o historificada.

El usuario habrá de introducir el código del ciclo y/o representación, formas de pago, entidades o grupos de venta así como la fecha o fechas de la representación sobre la que se efectúa la consulta, la cual proporcionará:

- Denominación de la representación.
- Fecha de inicio de venta anticipada.
- Recaudación total y su desglose por representaciones, descuentos y formas de pago.
- Desglose de la recaudación por zonas de aforo.
- Descuentos aplicados.
- Precio de las localidades de las distintas zonas de aforo.
- Total de localidades puestas a la venta.
- Total de localidades vendida.
- Invitaciones y/o abonos.
- Localidades disponibles.
- Porcentaje de ocupación

H.- Arqueo diario.

Para efectuar la consulta se introducirá el código del usuario o usuarios, el recinto, las fechas de la transacción de la que se requieren los datos, y el grupo o grupos de venta y la forma, o formas, de pago sobre los que se desea obtener la información.

Contendrá:

- Las ventas y devoluciones habrán de ordenarse, al menos, por horario de la venta, por formas de pago y por día, ordenación que podrá ser exclusiva o simultánea.
- Diario de Recaudación.
- Total del día, en el punto o puntos de venta solicitados, y su desglose por formas de pago. Denominación del ciclo y/o representación.
- Recinto.
- Zona de aforo (zona, fila y butaca).
- Precio unitario de las localidades vendidas.
- Código de descuento y su correspondiente descripción.
- Porcentaje del descuento aplicado.
- Número de tarjeta, nombre y teléfono del cliente y grupos de venta.
- Referencia de operación, por cualesquiera de los canales de venta.
- Incidencias debidas a caídas de línea, fallos de impresión y similares, que puedan conllevar la duplicidad de localidades impresas, por reimpresión, pero no la de ingresos.

I.- Informe de recaudación diaria.

El usuario introducirá las fechas de transacción, el recinto o recintos y/o zonas de aforo, el ciclo o ciclos y/o representaciones, los usuarios y las formas de pago.

Este resumen, que siempre mantendrá el orden cronológico como prevalencia para proporcionar la información, incluirá:

- Fecha.
- Ciclo y/o representación.
- Recinto.
- Zona de aforo (sin necesidad de detallar fila y localidad).
- Número total de localidades vendidas, en cada zona de aforo.
- Forma de pago.
- Importe.
- Grupo de venta.
- Total de la recaudación diaria.
- Total de localidades vendidas en el día.
- Totales de recaudación por cada representación y/o ciclo.
- Descuentos aplicados.
- Anulaciones efectuadas.

J.- Informe del archivo de ciclos vigentes e historificados.

La consulta se efectuará por el usuario indicando el ciclo o ciclos de los que se desea información, los recintos en que se han desarrollado, la representación o representaciones sobre que se consulta, si no se desea obtener la información de la totalidad del ciclo, y la fecha o fechas requeridas.

Proporcionará:

- Denominación del ciclo.
- Fechas de inicio y final del ciclo.
- Fecha de inicio de la venta anticipada.
- Fecha inicial y final de la venta de abonos.
- Número de funciones totales.
- Recinto en que se lleva a cabo el espectáculo.

K.- Informe del archivo de representaciones vigentes e historificadas. El usuario introducirá los datos de representación, fecha y recinto.

Proporcionará:

- Denominación de la representación.
- Fecha y hora de la representación.
- Fecha de inicio de la venta anticipada.
- Número de funciones totales.
- Recinto en que se lleva a cabo el espectáculo.

L.- Informe de descomposición de abonos.

Proporcionará la denominación, fecha, hora y recinto de cada una de las representaciones que componen los diferentes tipos de abono solicitados por el usuario.

M.- Informe contable de liquidación de ventas.

Este informe determinará el importe a ingresar por el Festival de Santander al adjudicatario en su cuenta, en concepto de comisiones, por la venta mensual de localidades.

N.- Consulta de situación de abonos.

El usuario introducirá el ciclo, zona aforo y recinto.

Proporcionará:

- Abonos vendidos (con detalle de zona de aforo, fila, butaca y número de abonos vendidos).
- Abonos libres (con detalle de zona de aforo, fila, butaca y número de abonos libres).
- Abonos reservados (con idéntico detalle al de abonos vendidos)

Ñ.- Consulta de situación de localidades.

El usuario introducirá los datos del espectáculo (ciclo, espectáculo y recinto):

Proporcionará:

- Localidades vendidas (con detalle de zona de aforo, fila, butaca y número total de localidades vendidas).
- Localidades libres (con detalle de zona de aforo, fila, butaca y número total de localidades libres).
- Localidades reservadas (con idéntico detalle al de localidades vendidas).

O- Consulta de reservas.

El usuario introducirá los datos del espectáculo (ciclo, espectáculo o y recinto):

Proporcionará:

- Persona o entidad a favor de la que se ha realizado la reserva, incluyendo teléfono de contacto.
- Ciclo.
- Concierto.
- Recinto.
- Zona de aforo.
- Fila.
- Butaca.
- Fecha en la que se efectuó la reserva.
- Fecha de espera.
- Usuario del sistema que llevó a cabo la reserva.

P.- Consulta de totales por terminal o teclado.

Proporcionará un resumen de los totales diarios de operaciones con tarjeta por cada terminal o teclado de los diferentes comercios, entidades o grupos de venta.

Q.- Otros informes de interés

- Situación de espectáculos.
- Informe de situación de ciclos.
- Informe de situación reservas de espectáculo.
- Situación de localidades.
- Localidades vendidas.
- Localidades reservadas.
- Localidades libres.
- Localidades anuladas.
- Situación de abonos.
- Abonos vendidos.
- Abonos reservados.
- Abonos libres.
- Abonos anulados.
- Arqueo diario.
- Diario de recaudación.
- Informe de estadísticas de ventas.
- Informe de reservas.
- Informe de ventas.
- Informe de ventas por email y/o tarjeta.
- Informe de devoluciones y reimpresiones.
- Informe de impresión de entradas.
- Informe de comisiones de venta telefónica / cajeros.
- Informe de tipos de invitación.
- Informe de incidencias en PAC.
- Visitas de grupo.
- Informe de grupos por espectáculo.
- Informe de visitas por guía.
- Monitorización de grupos.
- Cartas: Bienvenida, Reserva, Modificación y Anulación de Reservas.
- Informe de impagos de reservas.
- Control de acceso.
- Informe de acceso por bono.
- Informe de acceso por recinto.
- Informe de comisiones por evento.
- Listado de facturas.
- Informe de emisión de facturas, y exportación en CSV de las mismas, en formato normalizado.
- Informes de remesas bancarias, por pagos únicos y aplazados.

- Informe de devoluciones de remesas por pago único, o aplazado.
- Informes de invitaciones, de espectáculo, ciclo, abonado o cliente final.

Todos estos informes, serán configurables por el Festival de Santander para dar acceso a los mismos, dependiendo del perfil asignado a cada uno de los usuarios, dependiendo de su categoría, canal de venta o distribución, etc.

ANEXO II

Módulo Venta Telefónica

En este anexo, se reflejan, las utilidades base que debería tener el módulo de Venta Telefónica, para su conformidad con lo dispuesto en las obligaciones mínimas de explotación de este módulo:

MODULO DE VENTA TELEFÓNICA.

A).- PROCESOS MÍNIMOS.

- Crear ficha de abonado.
- Modificar ficha de abonado.
- Módulo de Facturación.
- Factura abono.
- Factura Localidad suelta.
- Consultar factura.
- Consultar factura de un abonado.
- Consultar factura de tickets sueltos.
- Generar fichero facturación mensual para Sistema Financiero Festival de Santander (CSV).
- Reservas a cliente abonado.
- Reserva de un abono (ciclos aún no explotados).
- Reserva de un espectáculo.
- Reserva automática o evento no numerado.
- Reserva por plano.
- Introducir datos de la reserva.
- Ficha de reservas y ventas de cliente abonado.
- Listado de reservas, ventas y pagos. Venta de abonos y localidades sueltas a abonados.
- Venta a través de la ficha del abonado (OPERATIVA EXCEPCIONAL).
 - Implicación registros de venta y de pagos.
 - Venta directa al abonado.
 - Venta automática o evento no numerado.
 - Venta por plano.
 - Introducir datos de la venta a abonado.
- Venta de abonos y localidades a no abonados (Taquilla).
 - Implicación registros de venta y pago.
 - Venta automática o evento no numerado.
 - Venta por plano.
 - Introducir datos de la venta.
- Venta Acumulada.
- Acumular automáticamente o evento no numerado.
- Acumular por plano. Venta de localidades acumuladas.
- Venta de abonos y localidades a abonado y no abonados (Venta Telefónica).
- Venta automática o evento no numerado.
- Venta por plano.

- Introducir datos de la venta.
- Venta de abonos tras el cierre de venta de abonos.
- Devoluciones desde Taquilla y Venta Telefónica.
- Devoluciones de localidades sueltas.
- Devolución de localidades sueltas a no abonado Implicación registro venta (no hay registros de pago).
- Devolución de localidades sueltas a un abonado Implicación registros de venta y de pagos.
- Devoluciones de abonos.
- Devolución de abonos de un abonado Implicación registros de venta y de pagos.
- Devolución de abonos de no abonados.
- Implicación registros de venta (no hay registros de pagos).
- Devoluciones parciales.
- Cambio de localidades de Abonado.
- Devoluciones de Abonado.
- Implicación registros de venta y de pagos (Si no es abonado no hay registros de pagos).
- Reservas normales.
- Reserva automática o evento no numerado.
- Reserva por plano.
- Introducir datos de la reserva.
- Reservas telefónicas.
- Reservas telefónicas automática o evento no numerado.
- Reservas telefónicas por plano.
- Introducir datos de la reserva.
- Venta de reservas Normales.
- Venta de reservas telefónicas

B).- FORMACIÓN TAQUILLAS Y VENTA TELEFÓNICA.

ANEXO III

Módulo Venta por Internet

En este anexo, se reflejan, las utilidades base que debería tener el módulo de Venta por Internet, para su conformidad con lo dispuesto en las obligaciones mínimas de explotación de este módulo:

A).- VENTA POR INTERNET.

- Sistema embebido o integrado en página Web del Festival de Santander (www.festivalsantander.com).
- Sistema de avisos automatizados de disponibilidad de entradas para su adquisición.
- Adquisición de abonos renovables en Internet, con identificación y alta automática en módulo de abonados.
- Inclusión directa en Área de servicios de Abonado.
- Venta simultanea de abonos y localidades de un mismo ciclo, hasta fecha de espectáculo.

B).- AREA DE ABONADOS.

- Datos personales del Abonado.
- Código QR de Abonado.
- Cesión de entradas.
- Cambio de entradas.
- Devolución de entradas, en tarjeta regalo.
- Asignación de devolución en ficha de abonado.
- Datos bancarios de renovación.
- Área de Fidelización.
- Venta preferente.

ANEXO IV

Módulo Venta por Taquilla

En este anexo, se reflejan, las utilidades base que debería tener el módulo de Venta por Taquilla, para su conformidad con lo dispuesto en las obligaciones mínimas de explotación de este módulo.

A).- PROCESOS MÍNIMOS.

- Identificación.
- Interfaz.
- Menú Sistema.
- Actualización del estado de reservas/ventas.
- Configuración.
- Preferencias.
- Cambio de Contraseña.
- Especificar impresora y dispositivos.
- Control de Caja.
- Descargar actualizaciones de estado de ventas por canal.
- Descargar Planos.
- Nuevo ciclo.
- Nuevo espectáculo.
- Información del evento.

B).- OPERACIONES ESPECIALES.

- Información de operaciones de ventas/localidades por referencia.
- Reimpresión

C).- INFORMES.

- Situación de espectáculos.
- Informe de situación de ciclos.

D).- SITUACIÓN DE ABONOS.

- Abonos Vendidos.
- Abonos Reservados.
- Abonos Anulados.

E).- SITUACIÓN DE LOCALIDADES.

- Localidades vendidas.
- Localidades reservadas.
- Localidades libres.

- Localidades anuladas.
- Formas de Pago.
- Descuentos

F).- INFORME DE ANULACIONES DE PAGO.

G).- INFORME DE RESERVAS.

- Informe de invitaciones.
- Informe de pagos y anulaciones de remesas bancarias, tanto únicas como aplazadas.

H).- ARQUEO DIARIO.

I).- MENÚ CRM - CLIENTES ABONADOS.

- Reservas de cliente de abonado por nombre.
- Alta de cliente abonado.
- Creación de cabeceras de facturas.
- Reservas de cliente abonado por CICLO/ ESPECTÁCULO.
- Lectura de tarjeta.
- Informe de reservas de Cliente/Abonado.
- Arqueo diario de Cliente/Abonado.
- Pagos de Clientes/Abonados.
- Saldos pendientes.

J).- GESTOR DE FACTURAS

- Búsqueda, pagos y emisión de duplicados de facturas.
- Creación de nuevas facturas.

ANEXO V

Módulo de Abonado

En este anexo, se reflejan, las utilidades base que debería tener el módulo de Gestión de Abonado, para su conformidad con lo dispuesto en las obligaciones mínimas de explotación de este módulo:

A).- PROCESOS MINIMOS.

- Introducción.
- Clientes / Abonados.
- Mantenimiento de Clientes / Abonados.
- Red de Administración de un Cliente Abonado.
- Datos Cabecera de Facturas.
- Gestión de Reservas y Ventas del Cliente Abonado.
- Ventas de Cliente Abonado.
- Venta acumulada de cliente/abonado.
- Acceso a las reservas y pagos de un Cliente Abonado.
- Reservas de un cliente abonado.
- Gestión de los Pagos Fraccionados.
- Informes de seguimiento de pagos fraccionados o no, y anulaciones, con su correspondiente venta.
- Venta e Impresión de las localidades.
- Cesión y o reimpresión de entradas.
- Devolución de reservas ya vendidas.
- Propagación de Reservas de Cliente Abonado.
- Condiciones para que se pueda propagar una reserva.
- Inicialización de la Temporada de Abonos.
- Informes sobre Clientes/Abonados.
- Gestión de Cartas, Sobres y Etiquetas a Clientes/Abonados.
- Gestión de los Marcadores con Microsoft Word.
- Relación de Marcadores de Word.
- Envío de E-Mails con reservas de Clientes/Abonados.
- Plantillas de email.
- Plantilla de emails en formato HTML.
- Plantilla de emails en formato texto plano.
- Emisión de tarjetas de Clientes/Abonados.
- Introducción.
- Requerimientos para la operativa de emisión de tarjetas PVC.
- Impresión de tarjetas de cliente abonado.
- Información reservas/ventas para impresión.
- Características impresoras para la emisión de tarjetas.
- Remesas Bancadas.
- Informes de seguimiento de remesas emitidas.
- Ventas de cliente abonado con la forma de pago "CCA".
- Remesar pagos pendientes de Clientes / Abonados.

- Informe de seguimiento, y automatización de inserción de pagos, emisión de remesas e informe de estado de pagos remesados.
- Gestión de Remesas.
- Seguimiento automatizado de devolución y emisión.
- Aviso al cliente.
- Vinculación de Clientes / Abonados.
- Impresión Masiva.

B).- BACKOFFICE CRM Clientes Abonados y Reservas de Grupo

- Reservas de Grupo.
- Administración Franjas de un espectáculo (día).
- Taquillas Proceso de Reservas y Ventas.
- Reservas de Grupo por Espectáculo.
- Reservas de Grupo por Cliente Abonado.
- Reservas de Grupo por Día (Impresión de Visitas).
- Administración y Taquillas Gestión de Reservas de Grupo.
- Cartas de fusión DDE con Word.
- Impresión de tickets.
- Conciliaciones Bancarias.
- Informes de Administración.
- Impresión Masiva.
- Ficheros y Formatos de Registro de la Base de Datos.
- Clientes/Abonados.
- Reservas de Grupo.
- Restricciones.
- Pagos mixtos combinados de diferentes formas de pago: Efectivo, tarjeta de crédito, etc... , en los tres canales de venta.

ANEXO VI

Módulo de Administración

En este anexo, se reflejan, las utilidades base que debería tener el módulo de Administración del Sistema de venta por canal, para su conformidad con lo dispuesto en las obligaciones mínimas de explotación de este módulo.

A).- PROCESOS MÍNIMOS.

- Filtro de precios por canal de venta.
- Módulo de Comisiones
- Formas de Pago.
- Nombre, Distribuidor del usuario conectado y Dispositivo.
- Módulo de Facturación. Informes.
- Listado de Facturas.
- Informe de IVA Acumulado.
- Envío de Información de Reservas por e-mail.
- Control de licencias y caducidad de recintos.
- Control de Módulos Contratados.
- Descarga de Software y Planos en Administración.
- Búsqueda de eventos en los Mantenimientos.
- Inclusión de la Subactividad en las listas de los mantenimientos.
- Inclusión de la Selección del ZOOM en el mantenimiento de Configuraciones y áreas.
- Inclusión del desglose de la información que se obtenga en el arqueo general de taquillas.
- Sistema Profesional de Descuentos (Descuentos a nivel de Recinto por Canal y con cupo de entradas) Búsquedas automatizadas de descuentos, asignación automática., integración con CRM.
- Historificación del Diario Electrónico.
- Historificación de accesos.
- Inclusión en los mantenimientos de la fecha de recogida en autoservicio.
- Inclusión en el mantenimiento de comercios los datos necesarios para poder incluir comercios para TPV virtuales.
- Control en el mantenimiento de ciclos para que se introduzcan los precios para las devoluciones parciales de abono.
- Nombre y Distribuidor del usuario, Canal y dispositivo conectado.
- Descarga local comprimida con modelo transaccional y tecnología DCOM.
- Módulo de Facturación.
- Modificación ventana de venta.
- Historial de una Venta.
- Explotación de Clientes de Venta Telefónica.
- Control de Dispositivos Conectados.
- Descarga de Software y Planos en Taquilla. Búsqueda de espectáculos en Taquilla.
- Inclusión de la Subactividad en taquilla.

- Control de la carga del ZOOM en la venta.
- Inclusión del desglose de la información del arqueo de taquilla.
- Informe de reservas.
- Control de reimpresiones en taquilla y venta telefónica.
- Control de anulaciones en taquilla.
- Control de los ficheros de numeración de recintos en las taquillas.
- Permitir definir decimales en porcentajes de Descuento, Variaciones y Comisiones.
- Calendario Festivo para promociones.
- Fecha y hora de Inicio de venta por canal.
- Permitir escoger el CIF que debe de imprimirse en las entradas, CIF de Recinto o CIF de Promotor.
- Inclusión en la impresión masiva de la posibilidad de imprimir entradas de Internet y Autoservicio, además de las de venta telefónica, y generación de un listado con las entradas pendientes de imprimir.
- Gestión de contenidos de recintos, ciclos, y eventos para Internet.
- Plano General en grandes recintos.
- Venta de Abonos en Taquilla tras realizar el Cierre de Venta de Abonos Diseño y explotación del "Ticket-En-Casa" - Print at home.
- Actualización On-Line centralizada de Administración y Taquilla.
- Inclusión del diario electrónico (para errores, impresiones-reimpresiones, conexiones-desconexiones y reconexiones).
- Selección múltiple en los planos del aforo de los recintos.
- Exportación a Excel de todos los informes.
- Enlace con el plano de venta.
- Cifrado de la información del dato de la tarjeta en Des y unificación del dato de la tarjeta en una única tabla.
- Personalizaciones de ventas a Clientes.
- Inclusión en el módulo de CRM - clientes abonados de la cuenta bancaria para pagos de clientes abonados, y emisión de remesas con cuaderno.
- Inclusión de nueva funcionalidad de vinculación de Clientes abonados.
- Ficha clientes abonados y registro de abonado.
- Inclusión de fecha y hora de cierre de eventos en canales.
- Textos y avisos marcados por el Festival de Santander para su visualización en todos los canales de venta.
- Diferentes estados para reservas comprometidas.
- Historificación de clientes abonados.
- Informe de clientes abonados.
- Explotación y uso, exportación a Excel, generación de formatos de expedición de datos automatizados.
- Informe de estadísticas de ventas.
- Informe de arqueo diario con nueva agrupación y muestra del informe con porcentajes.
- Inicialización de la temporada de abonos.
- Colores en los planos de situación y gestión de reservas desde estos.
- Planos de situación del aforo.

- Inclusión de una funcionalidad para la inserción de pagos masivos de clientes abonados.
- Conciliación de pagos con eventos.
- Cesión de entradas de clientes abonados.
- Inclusión de nuevos tipos de cliente.
- Mantenimiento de espectáculos, para controlar los precios de tarifa incluidos en los ciclos de donde pertenecen.
- Ampliar la hora de cierre en canales minutos más de lo asignado por defecto

B).- OPERACIONES ESPECIALES

- Cierre diario de recaudación.
- Historificaciones.
- Historificación de Ciclos.
- Historificación de Espectáculos.
- Historificación del Diario Electrónico.
- Historificación de Accesos Cierre venta de abonos.
- Especificación de los precios para las devoluciones parciales.
- Auditoría de Ciclos.
- Auditoría de espectáculos.
- Información de venta por referencia.
- Regeneración de vistas.
- Inicialización de identificadores.
- Diario de recaudación.
- Arqueo diario.
- Informe de ventas: por espectáculo, temporada, año fiscal.
- Informe de reservas e invitaciones: por espectáculo, temporada o año fiscal.
- Informe de remesas, gestión de las mismas. Informe de gestión de clientes, en tiempo real por espectáculos.
- Informe de reservas, para gestión de remesas bancarias-renovación de abonos.

ANEXO VII

Módulo CRM

En este anexo, se reflejan, las utilidades base que debería tener el módulo de CRM, para su conformidad con lo dispuesto en las obligaciones mínimas de explotación de este módulo:

1. Segmentación automática para la generación de campañas promocionales y obtención de Informes asociadas al histórico de compra, perfil y preferencias del comprador, canal de compra, categoría de espectáculo...
2. Realizar segmentación por grupos de clientes o prospectos según perfiles sociodemográficos, y por variables comportamentales con otras campañas, compra de productos...
3. Obtención de Informes filtrables de seguimiento y análisis de recepción, análisis de clicks y lectura, análisis de respuesta (lectura con o sin conversión en compra) y volcado de respuestas a Base de datos.
4. Posibilidad de incorporar asignar valores o parámetros a cada espectáculo para la generación automática de listas de distribución y para la generación de campañas automáticas (según parámetros y valores preestablecidos) y adecuar la oferta de determinados espectáculos y promociones a los distintos segmentos en base al comportamiento de los clientes.
5. Valorar y tener en cuenta la empresa o entidad que incorpore funcionalidades encaminadas a un sistema con Integración de redes sociales (Modulo de monitorización y análisis de redes sociales, Social CRM) y posible generación de campañas web.
6. Formularios personalizares y/o campos de modificables fácilmente en el proceso de compra para la obtención de datos. Año de nacimiento, código postal, abonado no abonado....
7. Opción de incorporar campañas puntuales mediante campos fijos en el formulario de compra, para la recogida de datos o la realización de encuestas puntuales.

A).- PROCESOS MÍNIMOS.

1º.- INICIALIZACIÓN DE DATOS

- Tipos (Tipos).
- Profesiones (Profesiones).
- Países (Países).
- Provincias (Provincias).
- Poblaciones (Poblaciones).

2º.- ABONADOS

- Abonados (Abonados).
- Creación de cabeceras de facturas.
- Inicialización de Temporada.

3º- PROCESOS AUTOMÁTICOS

- Asignación de Precios a Reservas (Abonados - Procesos Automáticos - Asignación de Precios a Reservas).
- Venta Masiva de Reservas (Abonados - Procesos Automáticos - Venta Masiva de Reservas).
- Inclusión de pagos masivos (Abonados - Procesos Automáticos - Inclusión Pagos Masivos).

4º.- INFORMES DE RESERVAS DE ABONADOS

- Abonados - Informe de reservas de Abonados.
- Abonados - Informe de Reservas Propagables de Espectáculo.

5º.- ARQUEO DIARIO DE ABONADOS

- Abonados - Arqueo Diario de Abonados.

6º.- DIARIO DE RECAUDACIÓN DE ABONADOS

- Abonados - Diario de Recaudación de abonados
- Abonados - Pagos de Abonados
- Abonados - Saldos Pendientes

7º.- EDICIÓN DE CARTAS, SOBRES Y ETIQUETAS

- Abonados - Edición de Cartas, Sobre y Etiquetas.
- Edición de cartas y mailings electrónicos a abonado, y clientes.
- Edición de etiquetas de abonados

ANEXO VIII

Manuales de la aplicación / Formación / Soporte

1º.- El adjudicatario deberá entregar la siguiente documentación, completamente redactada en castellano:

- La documentación formativa o manuales explicativos de uso, de todos los módulos funcionales que contemple la aplicación de venta por Canal.
- Manuales específicos de las funcionalidades utilizadas internamente por el Festival de Santander, con la finalidad de generar usos específicos para los empleados, según su categoría de usuario.

2º.- El adjudicatario vendrá obligado a prestar formación al personal del Festival de Santander para el empleo y uso de las funcionalidades del sistema durante el tiempo necesario para un correcto uso del mismo. Esta formación deberá prestarse íntegramente en castellano, debiendo presentar previamente un programa en el que se detalle la misma.

3º.- El adjudicatario, con independencia de lo prevista para la resolución incidencias, deberá contar con un sistema de soporte con atención en castellano, a fin de solventar las dudas o problemas que pudieran plantearse a los usuarios del sistema en el empleo del mismo.

ANEXO IX

Hardware/medios físicos

La empresa adjudicataria deberá aportar los siguientes medios, que tienen la consideración de mínimos:

- Un equipo informático e impresora por cada uno de los puestos de venta necesarios en las taquillas físicas del Festival de Santander (4) + 1 disponible para sustitución.
- 4 lectores para entradas.
- Tres datafonos gprs de última generación por a distribuir por cada uno de los puntos de venta existentes en las taquillas físicas del Palacio de Festivales.

El mantenimiento de estos equipos será de cuenta y será realizado por la empresa adjudicataria, sin que ello implique un nuevo coste o suponga la modificación del precio del contrato.

En todo caso, se deberá garantizar el correcto funcionamiento de estos medios, de tal forma que no se interrumpan las tareas o correcto funcionamiento de las taquillas o controles de acceso, pudiendo preverse incluso su sustitución.