



EXPEDIENTE 1/2023

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA LICITACIÓN DEL CONTRATO DE SERVICIO DE VENTA DE ABONOS Y LOCALIDADES, VISITAS Y OTROS

CLÁUSULA 1. OBJETO

La presente licitación tiene por objeto la contratación del servicio del sistema de venta de abonos, localidades, visitas y otros extras asociados a los eventos y actos que tienen lugar en las instalaciones gestionadas por Teatro de la Maestranza y Salas del Arenal S.A. (Teatro de la Maestranza/Teatro), ya sea como organizador, como colaborador o como consecuencia de la cesión de uso de sus espacios.

Específicamente, también se incluye dentro del objeto:

- El mantenimiento de la herramienta durante toda la duración del contrato.
- Los desarrollos de la herramienta que sean necesarios a requerimiento del Teatro de la Maestranza durante toda la duración del contrato.

CLÁUSULA 2. OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO

2.1. El licitador que resulte adjudicatario, pondrá a disposición del Teatro de la Maestranza un aplicativo/sistema informático que permita las ventas y el control y seguimiento de estas.

2.2. Deberá disponer de un responsable que esté al frente del servicio prestado por el Teatro de la Maestranza, que lo conozca y que pueda resolver en todo momento las posibles incidencias que surjan. Este hará el seguimiento del servicio y gestión global del equipo y tendrá la máxima disponibilidad para ser contactado por el equipo del Teatro de la Maestranza.

Esta persona tendrá que conocer todas las necesidades y estar siempre informado.

2.3. Transmitirá a su personal la información del Teatro de la Maestranza que este le facilitará, y velará por su buen cumplimiento. Como ayuda debe disponer de un sistema

de gestión de incidencias y consultas donde se pueda abrir un *ticket* en cualquier momento, y donde se puedan seguir las acciones y respuestas asociadas a estas.

2.4. El adjudicatario será el responsable de tener operativo el sistema de venta 24 horas al día, siete días de la semana y 365 días al año. Cualquier paro del servicio por motivos de mantenimiento tendrá que ser planificado y justificado, y se tendrá que programar en horas de baja actividad.

CLÁUSULA 3. GLOSARIO

Temporada, turno, título y función:

El Teatro de la Maestranza organiza sus eventos con estos cuatro conceptos:

Temporada: Es el periodo que se desarrolla desde 1 de septiembre al 31 de agosto. Cada temporada se compone de todos los eventos que organiza el Teatro de la Maestranza.

Título: Agrupa todas las funciones de un mismo espectáculo.

Función: Es cada una de las representaciones que se hacen de un título.

Turno: Es una agrupación de funciones de diferentes títulos dentro de una misma temporada. La definición de los turnos se realiza por parte del Teatro de la Maestranza antes de empezar la temporada.

Entrada individual, abono, abono flexible y paquete:

La venta de localidades se centra en estos productos:

Entrada individual: Es una entrada para una persona para asistir a una función.

Abono: Es una entrada individual para asistir a todas las funciones de un turno en una misma localidad.

Paquete: Es la compra de una entrada individual para varias funciones según criterios de promoción que marca en cada momento el Teatro de la Maestranza.

Abono flexible: Es un paquete con una definición particular y que toma categoría de abono.

Otros: tarifas planas, extras, cheques-regalos, paquetes combinados de extra y localidad, visitas, donaciones, etc.

CLÁUSULA 4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El sistema de venta de localidades y abonos debe tener en cuenta la organización de espectáculos del Teatro de la Maestranza por su gestión, de forma que se pueda trabajar con las agrupaciones pertinentes en cualquier momento.

La aplicación tiene que integrar la venta anticipada de entradas por Internet, dispositivos móviles y otros canales, así como la reserva, emisión y venta presencial en taquillas y el registro de todos los movimientos derivados de la adquisición de una entrada como cambios de día, liberaciones, etc.; las utilidades de gestión de bases de datos de los clientes; la gestión de informes, y el control de acceso en los recintos, según las especificaciones técnicas definidas en este pliego.

- Asimismo, tiene que permitir la compra y gestión de los abonos que se ofrecen por parte del Teatro de la Maestranza y del propio abonado.
- Tiene que ser una aplicación de *ticketing* y CRM para la venta y gestión de la relación con los clientes del Teatro de la Maestranza.
- Tiene que ser flexible y permitir la configuración de forma autónoma de todas las modalidades de venta, así como de todos sus aspectos, e incluir todas las herramientas necesarias para la gestión de los aforos, creación y configuración de recintos, espacios, temporadas, turnos y eventos.
- Igualmente tiene que disponer de un sistema de impresión de entradas en casa (*print at home*) por medio de códigos de barras o códigos QR, así como de sistema de entradas en el móvil (*mobile ticket*).
- También tiene que incluir un CRM que permita gestionar todos los datos de la relación con los clientes, y donde se integren los datos de registro, ventas y *e-mail*, y que permita todo tipo de segmentaciones y la integración con un gestor de *e-mail marketing* que nos facilite la comunicación con los propios clientes.
- La base de datos tiene que permitir la importación y exportación de datos, tanto de clientes como de ventas, y tiene que disponer de una interfaz de comunicación con otros sistemas como puede ser un BI o la herramienta de contabilidad.
- Los datos tienen que ser analizables mediante consultas e informes flexibles, con selección autónoma de los campos a incluir y de los filtros a aplicar sobre estos campos.



- El sistema tiene que permitir la integración de herramientas de *e-mail marketing* que permita realizar campañas segmentadas de todas las direcciones recogidas en la base de datos CRM.
- La herramienta tiene que ser usable en *backoffice*, y amable y sencilla de uso para el cliente final.

CLÁUSULA 5. CONDICIONES GENERALES DEL SERVICIO

5.1 Idioma: Tanto la interfaz web para venta de localidades como la aplicación de taquillas tiene que estar disponible en castellano e inglés.

5.2. Navegador: La interfaz web tiene que permitir la gestión con cualquier navegador del mercado: Internet explorer, Google Chrome, Firefox, Opera, Safari, así como la adaptación a cualquier dispositivo (tiene que ser responsivo): PC's, Smartphone, tablets...

5.3 Unicidad de los datos: Todos los canales tienen que funcionar de forma integrada y sincronizada con acceso por parte de todos los usuarios a toda la información en tiempo real.

5.4 Vista del aforo: Todos los canales tienen que permitir la venta, simultáneamente y desde un único plano de sala, de entradas individuales, abonos (fijas o flexibles) y paquetes, con acceso a los diferentes precios, descuentos y precios promocionales que se definan. En el mismo plano, debe verse la leyenda de precios por zona así como también el sumatorio de las entradas seleccionadas.

5.5 Visualización 3D: El sistema tiene que soportar la integración de herramientas que permitan la visualización en 3D desde cada butaca del aforo.

5.6 El sistema tiene que poder soportar picos de venta y proporcionar un servicio sin degradación en las épocas de mayor actividad.

5.7 Base de datos: El sistema tiene que permitir el almacenaje de los datos de los clientes y abonados, así como su gestión y explotación a efectos estadísticos y de marketing, permitiendo hacer consultas con selección de los campos y los criterios de filtraje. Los datos serán propiedad del Teatro de la Maestranza y así tiene que constar en el momento en que el cliente introduzca los datos. Su acceso estará limitado al personal autorizado por el Teatro de la Maestranza mediante la definición de permisos de acceso. La recogida de datos incorporará todos los mecanismos de seguridad con el fin de garantizar su confidencialidad, la propiedad por parte del Teatro de la Maestranza y el uso exclusivo por parte del personal expresamente autorizado.

En general, el sistema tiene que permitir cumplir con todos los requisitos recogidos, y que sean de aplicación, en la LOPD (Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre).

Igualmente, tendrá que prever el correcto cumplimiento de los requisitos recogidos y que sean de aplicación del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en todo lo relativo al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos.

5.8 Gestión de la información: El sistema tiene que facilitar al Teatro de la Maestranza la gestión y la toma de decisiones mediante la posibilidad de obtener la información necesaria, en tiempo real y mediante la selección y combinación de variables, de todo el proceso. La propuesta detallará las funcionalidades y prestaciones de esta utilidad.

En concreto, tiene que permitir:

- a) Crear consultas e informes con autonomía para escoger los campos a incluir y los criterios a aplicar para hacer la selección de registros y la posibilidad tanto de visualización por pantalla como de exportación a formatos tipo excel, .csv o similares de forma que permitan la explotación y utilización de la información. Tener acceso a información de temporadas pasadas.
- b) Aportar soluciones que permitan la segmentación de los clientes de forma autónoma y usable.
- c) Exportar informes y consultas (por ejemplo en formato .xls o .csv).
- d) Permitir la exportación de datos a través de una API a otras aplicaciones, debiendo ser compatible con Teknadata.
- e) Permitir la importación de ficheros de datos procedentes de fuentes externas en la plataforma.

5.9 Control de accesos: La aplicación tiene que permitir la gestión centralizada de los accesos mediante los dispositivos de control de entradas del Teatro de la Maestranza. La herramienta tiene que permitir la visualización en tiempo real de la ocupación y la asistencia final real, la actualización de los datos en tiempo real (entradas vendidas o anuladas de última hora) y la incorporación al sistema de entradas vendidas con otros sistemas. Tiene que permitir ver el detalle de los espectadores que han accedido a una función en concreto, con un buscador de los asistentes (por código de barras, nombre, localidad...) así como también detalle de los posibles errores en el control de acceso, ya sea de entrada en el recinto como de salida. Posibilidad de visualización por pantalla y CSV.

5.10 Puntos de venta y promotores externos: La aplicación tiene que permitir gestionar el trabajo de los puntos de venta y los promotores externos con las limitaciones de acciones, eventos y acceso a datos pertinentes en cada caso.



5.11 Formación: El adjudicatario se hará cargo de la formación del personal de taquillas, de administración y de gestión y de comunicación. Esta formación se hará en las dependencias del Teatro de la Maestranza. También será a cargo del adjudicatario la formación necesaria en caso de cambios, modificaciones, ampliaciones y actualizaciones del sistema. El licitador hará constar en la propuesta el programa de formación.

El adjudicatario debe remitir un boletín periódico con las mejoras y novedades implementadas.

5.12 Impresión de entradas: Las entradas, tanto de taquillas como de *print at home* tendrán que poder imprimirse con impresoras láser. Las reimpresiones se podrán hacer a través del código de barras, el identificador de compra o por asiento. Las reimpresiones podrán ser parciales o total de una compra.

5.13 Será objeto de valoración la experiencia del usuario (UX), entendida esta como el conjunto de elementos relativos a la interacción del usuario con un entorno o dispositivo, dando como resultado una percepción positiva o negativa de dicho servicio. Dicha percepción depende de los factores relacionados con el diseño (usabilidad, interacción, accesibilidad, maquetación, calidad de los contenidos, buscabilidad o encontrabilidad, utilidad, etc.); y a la transmisión de marca (un factor especialmente valorado por el Teatro de la Maestranza).

CLÁUSULA 6. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS – FUNCIONALIDADES

6.1 Aforos.

- a) Sectorización por áreas, zonas y localidades.
- b) Aforos numerados, no numerados y mixtos (zonas numeradas y zonas no numeradas).
- c) Creación autónoma de recintos no numerados.
- d) Creación a demanda al sistema contratado de recintos numerados, sin límite de espacios a crear.
- e) Capacidad para reconfigurar espacios, mediante ampliaciones o reducciones de sala y/o aforo, cierre de zonas, etc. configurada a tiempo real para usuarios del sistema.
- f) Gestión de zonas de forma autónoma.
- g) Selección múltiple de butacas con facilidad.
- h) Posibilidad de configurar los asientos individual o masivamente con la información con respecto a: puerta, boca, visibilidad, vídeo, foto, lámpara, visibilidad vertido, sobretitulado...

- i) Las localidades deben tener la posibilidad de asociar la visibilidad 3D.
- j) Los aforos tienen que seguir la jerarquía de los eventos de manera que en un momento dado se puedan hacer modificaciones en todas las funciones que pertenezcan a una temporada, a un turno, a un título o a una función individual.
- k) Se tiene que poder definir el estado de cada una de las localidades (activa, inactiva, venta solo en taquilla...).
- l) Posibilidad de establecer aforos limitados.
- m) Posibilidad de establecer franjas horarias de acceso al Teatro por áreas o zonas.
- n) Posibilidad de establecer “islas” con una localidad o grupo de ellas de tal forma que se puedan bloquear de forma automática las localidades circundantes según los criterios que en relación al aforo se establezcan.
- o) Integración con plataforma de *streaming* de pago por visión/suscripción.
- p) Posibilidad de que el sistema impida automáticamente dejar asientos libres entre compras, con el fin de que no queden butacas vacías sueltas.

6.2 Eventos

Los eventos siguen la jerarquía descrita, y se tienen que poder configurar y modificar individual o masivamente según los diferentes criterios de agrupación que tenemos (temporada, turno y título).

Los eventos deben tener características como el día y hora de inicio de la función, la imagen, el periodo de venta (debe ser configurable según el canal) el grupo de tarifas, la liberación de reservas...

De los eventos se tiene que poder:

- a) Categorizar por género y por atributos personalizables.
- b) Decidir (o poder programar) cuándo iniciar y cerrar la venta de un espectáculo en función del canal de venta, de manera que los datos por un canal puedan ser diferentes que por otro. El inicio y final tiene que poder configurarse tanto en días y horas absolutas como con relativos al día y hora del inicio del espectáculo.
- c) Fijar la fecha y hora a partir de las cuales los eventos serán visibles en los canales de venta (taquilla, Internet, puntos de venta...) así como también la fecha y hora que dejarán de ser visibles.
- d) Fijar, también en valor absoluto o relativo, el momento en el que las reservas se ponen en venta de manera automática.
- e) Permitir la venta de productos asociados al espectáculo, como programas de mano, copas de cava o *tickets* de parking con diferentes tipos de IVA.
- f) Fijar sus *fees* en función del canal de venta y del espectáculo tanto con un valor absoluto como con un porcentaje.
- g) Modificar la url del evento para hacerlo más amigable.

6.3 Venta de entradas en taquilla

La venta de entradas en taquilla se tiene que hacer a partir del aforo de vista única, tal y como se está trabajando actualmente. En la aplicación de taquilla se tienen que poder diferenciar claramente los diferentes estados de una localidad (vendida por entradas, ocupada por un abono vendida como paquete, reservada, libre, bloqueada...). Se tiene que poder ver claramente la localidad que se está seleccionando en aquella venta.

Se tiene que poder vender en una sola operación los diferentes productos que tenemos, y se tiene que poder asignar la venta de cada producto a un cliente diferente (que se tiene que poder beneficiar de sus características y tarifas particulares). En la misma transacción, se tiene que poder vender dos entradas juntamente con tarifas o descuentos diferentes.

Se tienen que poder comprar varias entradas a la vez, ya sea pinchando encima o arrastrando la selección (por una selección mayor de entradas).

En caso de que sea un cliente nuevo, el sistema tiene que ser capaz de permitir dar de alta a este cliente y asignarle el tipo de cliente, dentro del proceso de compra. También se tiene que dar la posibilidad de hacer una venta sin asociarla a ningún cliente.

El pago de la compra se tiene que poder hacer con todas las variantes que existen actualmente, y se tiene que poder cobrar tal y como el cliente nos indique (por ejemplo, si el cliente quiere pagar parte de la compra con una tarjeta de crédito, otra parte con otra tarjeta y el resto en metálico y/o con un cheque regalo).

Se tiene que poder enviar de manera automática el correo electrónico de la compra al cliente.

6.4 Venta de entradas a través de puntos de venta

Los puntos de venta tienen que poder vender los productos para los que se les de permiso, con las tarifas específicas del punto, las formas de pago permitidas y sus condiciones específicas.

Los puntos de venta tienen que ser capaces de ver sus ventas y reservas sin tener acceso al resto de datos. En los casos en los que así lo determine el Teatro de la Maestranza, un punto de venta tiene que ser capaz de ver todas las ventas relacionadas con una función determinada y los clientes implicados.

Los puntos de venta tienen que poder ser terminales operados por personal del punto de venta y puntos de venta que sean otras aplicaciones de venta. En este segundo caso, el sistema debe tener una manera de comunicar estas aplicaciones de venta con tiempo

real de manera que se trabaje siempre con un solo aforo, que es el del sistema del Teatro de la Maestranza.

Se tiene que poder cargar comisiones y fees específicos por los puntos de venta.

6.5 Venta de entradas a través de la web

Un usuario tiene que ser capaz de entrar en la web con cualquier navegador y hacer una compra. En este caso, dentro del proceso de compra, el usuario tiene que identificarse, y en caso de que no tenga usuario tiene que poder registrarse. El identificador único del usuario de la web tiene que ser su dirección de correo electrónico.

La información pedida a cada usuario tiene que ser configurable desde la aplicación, tanto con respecto a la visibilidad o no de los diferentes campos en los diferentes formatos a través de los que el cliente se pueda conectar (ordenador, *smartphone*) como con respecto a la obligatoriedad de los campos. Será necesario avisar al usuario de sus aceptación de cookies tanto en el caso de ventas del Teatro de la Maestranza como de otros promotores. En el caso de los promotores se tendrá que informar al usuario de que los datos también pueden ser cedidos al promotor.

La aplicación de venta por la web debe tener características parecidas en venta por taquilla en relación con la vista única del aforo (sin dividir la vista por sectores) y combinación de diferentes productos y espectáculos, aunque la información que puede ver al usuario de la web en este caso es solo sobre si la butaca está libre u ocupada.

Por el contrario, la forma de pago en la web siempre será la de tarjeta de crédito o el cheque regalo, y se pueden combinar los dos tipos de pago.

La aplicación estará integrada con las pasarelas de pago con las que se opere y tiene que permitir realizar la compra de las entradas y su cobro a través de TPV virtual para la venta por canales.

El pago se podrá realizar mediante cualquier tarjeta financiera, nacional o internacional. El sistema tiene que poder discriminar varios TPV en función del promotor de los espectáculos.

El cobro mediante tarjeta tiene que garantizar que la emisión de localidades no se efectúe hasta que el importe no haya sido cargado en la cuenta del cliente.

Una vez finalizada la compra, el cliente recibirá un *e-mail* de confirmación de la compra.

Las entradas adquiridas por la web serán entregadas:

- a) En formato pdf para ser imprimido (sistema *print at home*).
- b) En el teléfono móvil (con código legible desde los dispositivos de control de acceso).
- c) En formato Wallet y Passbook para dispositivos Apple y Android.

También tiene que permitir enviar entradas como regalo programando la fecha y la hora entrega, y también la posibilidad de incluir una dedicatoria

Este canal también tiene que permitir ventas a precio cero, es decir, la expedición de invitaciones que no pasen ni por el TPV virtual ni por el cheque regalo.

Se tiene que permitir la venta de localidades asignadas a una empresa vendedora y una organizadora diferentes, con los correspondientes CIF's. La aplicación tiene que permitir la creación de tantas empresas como sea necesario.

La web tiene que ser personalizable y customizada según el look and feel del Teatro de la Maestranza, debiendo pasar desapercibido el cambio de una a otra. En caso de que el Teatro de la Maestranza cambie su imagen corporativa y/o el diseño de su página web, la parte de la aplicación propuesta, tendrá que poder cambiarse en consecuencia.

El Teatro de la Maestranza tiene que poder hacer cambios en los textos que se muestran en la página de venta y en los mensajes, todo en los correspondientes idiomas (castellano e inglés).

El Teatro de la Maestranza debe tener la posibilidad de hacer la trazabilidad de la navegación de los visitantes en la página web con una cuenta de Google Analytics o similar.

6.6 Abonos

Los abonos se definen como un grupo de entradas que pertenecen a una temporada. Hay dos tipos de abonos, los fijos y los flexibles.

6.6.1. Abonos Fijos

Los abonos fijos se caracterizan por estar definidos por el Teatro, y sus titulares tienen la misma butaca para todos los eventos asignados a este abono.

Los abonos fijos se renuevan, automáticamente, anualmente, siendo sus formas de pago la tarjeta de crédito, la domiciliación bancaria (esta puede ser fraccionada) o la emisión de la correspondiente factura e invitación.

La renovación automática del abono debe tener en cuenta tanto la localidad como el turno del abonado, así como también la tarifa asignada y antigüedad.

Cada abono tiene su antigüedad, lo que permite aplicar tarifas más ventajosas. Esta antigüedad se mantiene en diferentes casos como es la renovación anual, cambio de localidad, cambio de turno, cambio de butaca, cambio a abono flexible durante un tiempo y que vuelva al abono de butaca fija.

El sistema tiene que permitir la automatización de las tarifas de los abonos en función de la antigüedad y de los criterios marcados por el Teatro, permitiendo cambiar la política de precios según las necesidades del Teatro.

Para poder realizar eficientemente la renovación, el sistema tiene que ser capaz de crear ficheros XML con formato SEPA de manera tal que se pueda enviar a la entidad bancaria por el cobro de los recibos generados durante la renovación. Asimismo, el sistema tiene que ser capaz de recibir la respuesta de la entidad bancaria y marcar en el sistema tanto los que no han tenido ningún tipo como los que sí la han tenido.

Igualmente, el sistema tiene que permitir la notificación automática de peticiones de creación de nuevas tarjetas físicas de abono cada vez que haya una nueva alta vía integración de la plataforma con el proveedor que el Teatro disponga que se tiene que encargar de esta producción de tarjetas.

6.6.2. Abonos flexibles

Estos abonos se caracterizan porque están compuestos por funciones que seleccionan los propios abonados tanto en días de las funciones como en las localidades por cada una de las funciones, que puede ser diferente. El Teatro en este caso define unos parámetros de tipo y número de eventos para que una compra de localidades pueda ser considerada un abono flexible.

Estos paquetes de entradas (abonos flexibles) generan antigüedad igual que los abonos de butaca fija.

Los abonos flexibles se pueden renovar anualmente o cambiar por abonos de butaca fija, manteniendo la antigüedad en ambos casos.

Igualmente, el sistema tiene que permitir la notificación automática de peticiones de creación de nuevas tarjetas físicas de abono cada vez que haya una nueva alta vía

integración de la plataforma con el proveedor que el Teatro de la Maestranza disponga que se tiene que encargar de esta producción de tarjetas.

6.6.3. Funcionalidades propias de la gestión de abonos

- El abonado tiene que poder gestionar su abono por Internet, y poder cambiar de día si no puede asistir, liberar entradas, recuperar entradas si estas no se han vendido o ceder la entrada.
- La liberación de la localidad con recompensa se tiene que configurar por cada tipología de turno (temporada), cuántas funciones del abono y cuándo se pueden poner en venta para que pueda ser adquirida por otro usuario y en caso de que estas localidades se vendan se recompensa el abonado con un % determinado por el Teatro. Se tiene que poder configurar el porcentaje que se devuelve al abonado que ha puesto su localidad a disposición del mercado en el caso de que se venda, así como contemplar que el abonado recupere su localidad siempre que esta todavía no se haya vendido. El abonado puede escoger la devolución inmediata (ingreso en cuenta corriente) o devolución futura (a descontar del abono de la próxima temporada). Además se contabiliza la ganancia producida por el asiento libre al venderse la localidad por segunda vez. También se envía de manera automática un *e-mail* al abonado cuando pone su entrada a la venta y cuando se vende.
- Servicio de renuncia de acontecimiento del abono configurable, permitiendo retornar al abonado una serie de funciones de su abono durante un periodo definido y que compense el 100% del valor del acontecimiento reduciendo el precio del abono.
- Imprimir una entrada de un acontecimiento del abono: En este caso el carné de abono deja de ser la entrada válida por aquel acontecimiento y la entrada imprimida pasa a ser la válida.
- Tiene que permitir ceder la entrada.
- Cambio de entradas entre sesiones de diferentes turnos. El abonado tiene que poder cambiar la localidad de un acontecimiento de su abono por otra localidad del mismo título. En este caso el abonado tendrá que pagar la diferencia en caso de que la butaca destino sea más cara que la butaca de origen. En caso de igual o menor precio no habrá ninguna compensación económica.
- Cálculo de la ganancia por cambio de localidad provocada cuando un abono cambia la entrada de una sesión por otra más barata, entendiendo que el Teatro no devuelve la diferencia de precio.
- El sistema también tiene que permitir cambiar entre sesiones de diferentes turnos sin cambio de precio, aunque estén valorados con un precio diferente.
- Cambio de abono: Durante el periodo definido por el Teatro, el abonado tiene que poder cambiar su abono por otro sin perder su antigüedad.
- Baja de abono: este es otro de los trámites que tiene que estar disponible por el abonado desde su zona de gestión de los abonos



- Renovar abono: este trámite tiene que estar disponible por el abonado desde su zona de gestión de los abonos.
- Se tiene que poder cambiar la titularidad del abono, transferir el abono.
- Tiene que permitir gestionar duplicados de tarjetas de abonos.
- Tiene que permitir cambiar la tarifa de un abono sin tener que anular y volver a vender el abono.
- Tiene que ser posible la gestión del pago de más de un abono de titulares diferentes por parte de un solo abonado.
- Además de las funcionalidades de la gestión del abono referidas, el abonado tiene que poder modificar él mismo por Internet cualquiera de los datos de contacto de su ficha cliente que hayan sufrido alguna variación.

6.7 Paquetes de eventos

Los paquetes son grupos de eventos que pueden ser definidos como:

- Paquetes cerrados: es un conjunto de localidades por diferentes espectáculos concretos. El cliente no puede escoger la composición del paquete.
- Paquetes abiertos: en este caso el cliente puede escoger los eventos dentro de un grupo de eventos propuestos. Se tiene que poder definir en este caso el número de eventos mínimo y máximo que se tienen que comprar para considerarlo dentro del paquete.
- Paquetes mixtos: son paquetes abiertos pero que tienen ciertos eventos fijos.

Con la compra de paquetes se tiene que poder:

- Comprar entradas adicionales a los paquetes, al mismo precio o a un precio diferente según lo marque el Teatro de la Maestranza.
- Añadir gastos de gestión, por entrada o por paquete.
- La definición de paquetes tiene que permitir hacer condiciones sobre grupos de eventos, de manera que un paquete pueda estar hecho con uno o varios eventos de un grupo de ellos más uno o varios eventos de otro grupo.
- Definir el canal y el periodo de venta por cada canal.
- Se tiene que poder “ir” a la compra del paquete directamente con una url concreta, que tiene que poder definir el Teatro.
- Imprimir una sola entrada por todos los eventos de un paquete (tal y como si fuera un abono) o imprimir una entrada diferente por cada entrada del paquete.
- Integrar funciones de diferentes temporadas, en el mismo paquete. Una vez comprado el paquete, el cliente tiene que poder hacer las siguientes gestiones:
- Cambio de localidad: tenemos que tener la posibilidad de definir el tipo de cambio de localidad que queremos permitir, por otra localidad cualquiera del



Teatro de la Maestranza

paquete (con cobro de diferencia en caso de que sea de un precio superior) o por una localidad de la misma área de precio, o del mismo título.

- Renovación: se tiene que poder renovar un paquete de una temporada a la otra como si fuera un abono flexible.

6.8 Portal del usuario

El usuario registrado tiene que disponer de un espacio donde poder gestionar sus entradas y abonos. Desde este punto, el usuario tiene que poder gestionar sus datos, consultar sus compras, imprimir sus entradas, y consultar el saldo y el código de sus cheques regalo.

6.9 Venta de Extras

El programa tiene que permitir la venta de extras o artículos de *merchandising* u otros, ya sea junto con entradas concretas o aparte.

Se tiene que poder configurar el sistema para que, durante el proceso de venta de entradas, se sugiera la venta de algunos extras determinados asociados a aquellos acontecimientos o títulos.

Los extras deben tener control de stock y se tienen que configurar para vender en cualquiera de los canales y puntos de venta del Teatro.

Los extras también tienen que poder asociarse a una empresa (CIF) diferente en cada caso, así como un IVA diferente.

Los extras tienen que disponer de control de acceso.

La configuración de paquetes con extras también tiene que ser una opción.

Un caso especial de extra es el cheque regalo.

Tarifa plana: paquete multiespectáculo intercambiable por un número determinado de funciones. Se tiene que poder definir el tiempo a partir del cual es intercambiable y se tiene que poder limitar a un uso máximo de entradas por función.

6.9.1 Cheque regalo

El cheque regalo es una tarjeta con un valor en euros por la compra de productos del Teatro de la Maestranza, entradas o paquetes. Este cheque debe tener fecha de caducidad configurable por parte del propio Teatro. Esta fecha de caducidad tiene que poder ser relativa (en el momento de la compra) o absoluta.

Las compras se podrán realizar utilizando uno o varios cheques regalo junto con cualquier otra forma de pago que permita el canal (tarjeta por la web o tarjeta y metálico en taquillas).

El cheque regalo se tiene que poder comprar por cualquier valor a taquillas y en la web se tiene que poder comprar por valores predeterminados.

Se tiene que poder generar una tarjeta en las taquillas que represente el cheque regalo con un código identificativo que se pueda interpretar tanto con caracteres como con código de barras.

Para la adquisición por Internet hace falta que se pueda imprimir un cheque regalo en formato “*print at home*” específico.

En el área del cliente se tiene que poder consultar en todo momento el saldo restante del cheque, y en la ficha del cliente tiene que constar esta compra y el saldo restante.

El programa debe tener los listados específicos con el fin de poder gestionar y hacer un seguimiento de los cheques regalo, así como una herramienta para buscar el propietario y el histórico de un cheque regalo.

6.10 Entradas (Formatos y diseño)

Las entradas tienen que poder tener varios formatos: Taquilla (Entrada tradicional imprimible en impresora láser), *Print at home* (Entrada que imprime el cliente en un Din A4), móvil (por smartphones), *passbook* (iOS-Android).

Cada formato tiene que ser activable y diseñable individualmente en función del acontecimiento y de la función. Los diseños tienen que poder ser modificados por los propios usuarios del y 100% customizables según el manual de estilo del Maestranza.

Las entradas tienen que permitir imágenes y textos, y presentarse en función del idioma escogido, tanto por lo que respecta al texto como a la imagen (que podría contener texto).

En las entradas se tiene que poder incluir un código de barras en formato EAN13 o Code 128 (longitud 13 o 14 dígitos) así como un código QR si se desea.

Las mismas características que por las entradas a eventos tienen que poder tener los resguardos de las compras de extras (formados, canales...).

6.11 Software de taquillas

El programa que se utiliza en taquillas o en el *backoffice* tiene que permitir las gestiones que habitualmente se hacen con las entradas:

- Anulación de entradas: el operador tiene que poder anular la compra de entradas, y en el caso de venta por TPV virtual, se tiene que poder hacer la devolución del importe en la misma tarjeta que se ha utilizado para hacer el pago.
- También tiene que permitir la anulación masiva de una función.
- Posibilidad de escoger si se devuelven o no los fees en caso de anulación.
- Posibilidad de escoger el estado en que se queda la entrada que se anula (disponible por taquillas o por todos los canales).
- Cambio de entradas: se tiene que permitir el cambio de entradas sin tener que anular la venta y hacer una nueva venta. En caso de diferencia de precio se tiene que poder facturar la diferencia en caso de que la nueva entrada sea más cara o devolver o no en caso de que sea más barata.
- Regulación de compra: en caso necesario se tiene que poder modificar los datos de una compra, como por ejemplo la asignación a un cliente concreto o el punto de venta por el que se ha realizado. El sistema tiene que poder mantener una trazabilidad sobre todas las transacciones.
- Reserva de entradas: estas se tienen que realizar con el mismo procedimiento que las compras, pero a diferencia de las compras las reservas no se pagan totalmente, aunque deben tener la posibilidad de cobrarse parcialmente.
- Las reservas se tienen que poder modificar sin necesidad de anularse y volver a crearse. También tienen que poder tener una fecha de caducidad, que libere las localidades en caso de que no se haya hecho ningún pago a cuenta.
- Las reservas se tienen que poder convertir o anular en parte o en su totalidad.
- En el aforo (plano) debe mostrarte el historial de cada butaca al seleccionar la butaca en aquella función. Desde allí también tiene que permitir ir a la ficha del cliente directamente.
- El sistema debe tener la capacidad de informar a los interesados y a los administradores (correos y listados) de las fechas de caducidad de las reservas.
- Las reservas deben tener un identificador para que se puedan localizar de manera sencilla.
- El sistema te tiene que avisar cuando entras en una ficha de un abonado y este tiene recibos devueltos.
- Se tiene que poder visualizar el estado de los recibos (pagado, pendiente, devuelto).

6.12 Tarifas y descuentos

El sistema tiene que permitir la creación de un número ilimitado de tarifas y descuentos. Los descuentos tienen que poder ser valores concretos o porcentajes sobre el valor de la tarifa.

La gestión de las tarifas y descuentos debe tener las siguientes características:

- Total autonomía para la creación de las tarifas y descuentos.
- Posibilidad de creación de invitaciones (tarifa cero o gratuita).
- Posibilidad de limitar a una cantidad mínima de entradas la aplicación de una tarifa a una venta (tarifas para grupos).
- Posibilidad de limitar la cantidad máxima que un cliente puede comprar con una tarifa, tanto por espectáculo como por título.
- Opción a añadir comisión de gestión u otras comisiones en función del canal y/o la forma de pago y en función de la tarifa y/o descuento.
- Gestión autónoma con configuración de periodo de validez.
- Gestión de compra mínima y máxima de entradas por espectáculo, tarifa y/o canal.
- Se tienen que poder definir grupos de tarifas y descuentos, de manera que categorizando los espectáculos se pueda asignar un grupo de tarifas a varios espectáculos.
- Permitir descuentos por porcentaje o por valor absoluto.
- Descuentos por códigos. Creación autónoma de códigos, carga de códigos externos en el sistema.
- Descuentos para terceros con conexión automatizada (Cadena Ser o COPE, por ejemplo).
- Descuentos asociados a zonas.
- Las tarifas/descuentos se tienen que poder utilizar en función de las características del cliente, de manera que según el tipo de cliente se puedan utilizar unas tarifas/descuentos o no.
- Tiene que haber una funcionalidad por la carga masiva de tarifas. Normalmente esta funcionalidad se utilizaría en el momento de configurar la temporada donde puede existir una mayor diversidad de tarifas
- Grupos de precios. Esta carga se tiene que poder hacer a partir de una hoja de Excel.
- Tiene que existir la posibilidad de hacer una compra con una tarifa especial por Internet, pero que requiera el paso por taquilla para verificar las condiciones (presentación de algún documento, por ejemplo) y poderla imprimir.
- Se tienen que poder crear tarifas específicas para grupos de usuarios que se puedan aplicar a este después de su validación.
- Posibilidad de creación de tarifas/descuentos aplicables a partir de códigos promocionales que se tienen que introducir en el momento de la utilización. Estos códigos promocionales tienen que poder cargarse en el sistema de forma masiva (introducción de muchos códigos a través de un fichero .csv, por ejemplo) o pueden ser códigos únicos que se puedan utilizar solo un cierto número a veces.



- Precios dinámicos, son modificaciones a la tarifa en función de la ocupación de la zona por un espectáculo, de manera que a más ocupación más sube el precio de la entrada. Los incrementos se tienen que poder hacer de forma absoluta o porcentual, y se tienen que poder definir tantos tramos de ocupación por zona como se quiera, cada uno con su correspondiente incremento.
- Tiene que permitir enviar entradas como regalo programando fecha y hora entrega, incluyendo una dedicatoria.
- Posibilidad de indicar si la aplicación de una tarifa implica que tenga o no un fee.
- Permiso de carga de tarifas de abonos y entradas de forma automatizada mediante ficheros
- Posibilidad de insertar Símbolos y/o imágenes en el diseño del *ticket* (según la tarifa).

6.13. Formas de Pago

Las formas de pago que se tienen que aceptar son:

- TPV Virtual: El sistema tiene que poder configurarse para otros TPV distintos de los que trabaja actualmente el Teatro de la Maestranza. También tiene que permitir la creación de diferentes TPV por el cobro de diferentes espectáculos y/o extras.
- Domiciliación bancaria: los datos bancarios tienen que poder figurar en la ficha del cliente con el fin de poder hacer cobros puntuales o masivos como las renovaciones de abonos, de manera que el sistema sea capaz de utilizar estos datos para preparar los ficheros que se tienen que enviar a las entidades bancarias.
- Cheque regalo: Ya comentado en su propio apartado.
- Paypal: El sistema tiene que permitir esta pasarela de pago.
- Bizum.
- Efectivo.
- Datáfonos (tarjetas de crédito y débito).
- Tarifa plana.
- Pago condicionado a la emisión de la correspondiente factura.
- Las formas de pago también tienen que permitir el cargo de una comisión por su utilización, ya sea con valor absoluto o relativo.

6.14 CRM

El sistema de *ticketing* debe permitir hacer segmentaciones en función de los comportamientos y los datos que se dispongan de los clientes.



Teatro de la Maestranza

La base de datos de clientes y todo su contenido será propiedad del Teatro de la Maestranza.

Dentro de la ficha de un cliente se tienen que reflejar todos los datos de compra y asistencia, así como los datos personales del cliente y las que decida el Teatro de la Maestranza que son de interés, o sea, tiene que haber la posibilidad de añadir campos no previstos en un principio.

La ficha del cliente tiene que recoger tanto los datos relativos a la temporada en curso como el histórico de aquel cliente con todas las operaciones y movimientos realizados en temporadas pasadas.

El sistema tiene que estar integrado la herramienta de *e-mail marketing* que utiliza el Teatro de la Maestranza. Esta integración tiene que permitir exportar los resultados de las segmentaciones hechas en el sistema, dar de baja envíos a los usuarios que así lo pidan desmarcando la casilla de consentimiento pertinente y visualizar el *rating*, los clics y otras estadísticas dentro de la ficha del cliente dentro del propio sistema.

Los clientes tienen que poder ser clasificados y etiquetados con múltiples valores, permitiendo así, no solo segmentaciones para hacer *mailings* sino también para utilizar en funcionalidades como permisos para utilizar determinados tipos de tarifas y descuentos.

El formulario de registro tiene que ser totalmente personalizable por el Teatro de la Maestranza, determinando campos opcionales y campos obligatorios. También se tiene que permitir el registro con las credenciales de Facebook.

Al finalizar una compra, el sistema tendría que permitir, de forma fácil para el cliente, la comunicación a las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn) o a sistemas de mensajería (Whatsapp, Telegram, correo electrónico) de su compra. Estos mensajes tienen que ser preconfigurables por el Teatro de la Maestranza (textos e imágenes).

Igualmente, el sistema tendrá que permitir la configuración y envío automático de mensajes informativos y/o de agradecimiento una vez finalizada la operación de compra.

Los textos relacionados con la Ley de protección de datos tienen que poder ser creados por el Teatro de la Maestranza.

Tiene que existir la posibilidad de importar datos de un sistema externo, como puede ser genéricamente de un fichero .csv.

Es necesaria la existencia de una forma de comunicar los datos de la base de datos a otros sistemas como pueden ser un sistema de CRM externo o un sistema de BI.

6.15 Listados e informes

El sistema tiene que proporcionar toda la información que el Teatro necesita de manera práctica y sencilla. Todos los listados tienen que poder salir en pantalla, en formato imprimible y en formato excel o .csv.

Los listados tienen que proporcionar la información desglosada o agrupada por espectáculo, día de venta, canal de venta, forma de pago, grupo de clientes y origen de la venta (es muy importante saber si la cantidad proviene de la compra de entradas o de la parte proporcional de un abono).

Los listados tienen que poder ser asignados para su utilización a perfiles y usuarios diferentes, y también la información que podrán ver estos usuarios tiene que ser configurable. Por ejemplo, un usuario que trabaja con un determinado tipo de espectáculo solo podrá ver la información de venta y/o de clientes de estos espectáculos.

Se tienen que poder obtener listados de:

- a) Abonos y abonados.
 - Seleccionables por temporadas y turnos, incluyendo el histórico de temporadas pasadas
 - Filtrables por el tipo de abono, el estado de pago del abono y el origen de los abonos (nuevos, renovados o renovados con cambios).
 - Filtrables por campos identificativos del abono como la zona, la tarifa o los descuentos aplicados.
 - Con posibilidad de identificar los abonos liberados y los motivos de la liberación.
 - Con filtros de rangos temporales que permitan la selección por fecha de creación o de baja de los abonos.
 - Los listados tienen que permitir incluir todos los campos relacionados con el cliente (nombre y apellidos, e- mail, dirección postal, teléfonos, sexo, edad, idioma de comunicación, número de cuenta...) y con su abono (fecha de creación, zona, puerta y butaca, tarifa de compra, descuentos, forma de pago...).
 - Listados de localidades liberadas, con posibilidad de saber si estas localidades se han revendido o quedan libres, y del tipo de devolución que generan para el abonado.
- b) Ventas de abonos; ventas de entradas fuera de abono y ventas totales teniendo en cuenta los abonos y las entradas fuera de abono.



c)

- Posibilidad de obtener el detalle de todas las operaciones realizadas (compras, anulaciones, cambios de día, reimpresiones de entradas, liberaciones...).
- Capacidad de obtener listados resúmenes de operaciones agregadas por espectáculos y funciones.
- Filtros de selección temporal de las operaciones: por fechas, temporadas (incluyendo el histórico de temporadas anteriores), espectáculos o funciones.
- Posibilidad de filtrar por el estado de la venta (todos los movimientos, operaciones de cancelación de entradas, entradas vigentes).
- Filtros por tarifas, descuentos, formas de pago o segmentos de clientes, canal de venta, etc. Identificación del número de reservas existentes para cada función y del importe comprometido.
- Cuantificación de las ganancias derivadas del cambio de localidades, de la liberación de butacas y del incremento de precios por precio dinámico.
- Capacidad de calcular ingresos con y sin gastos de gestión.
- Capacidad de calcular la base imponible, de acuerdo con el tipo de IVA vigente en cada momento, de los ingresos por cada uno de sus componentes: venta de entradas, gastos de gestión, descuentos y ganancias por cambios de localidad, liberación y precios dinámicos.
- Listado de ventas no finalizadas.
- Listado de ventas por usuario.

d) Cierre de caja.

e) Listado de venta de extras.

f) Cheques regalos.

g) Listado de reservas.

h) Listado de ventas de paquetes.

i) Listado de tarjetas regalo y monedero.

j) Listados de control de asistencia a las funciones.

k) Listados de funciones liberadas. En este listado tiene que salir el número de cuenta del abonado.

l) Listados de clientes (registros únicos, independientemente del número de operaciones asociadas a estos registros). Filtrables por los campos relacionados con:

- Sus datos personales y de contacto (sexo, edad, dirección, CP, país, idioma, aceptación de recibir comunicaciones, correo electrónico, etc.).
- Su comportamiento de compra: compra de abonos, de entradas fuera de abono, selección por temporadas, títulos o funciones concretas, compra de extras, selección por número de entradas o importes de compra, canales de venta, tarifas y descuentos, selección por fechas de operación...



- Posibilidad de combinación múltiple de los diferentes criterios de segmentación: todos los campos seleccionados, algunos de los campos seleccionados, combinaciones SI, O, NO.

6.16 Usuarios de la aplicación

El sistema tiene que permitir la creación de diferentes perfiles de usuario donde los permisos se puedan dar tanto por funcionalidades como por datos. Se tiene que poder definir qué acciones tiene que poder hacer un usuario (venta, reserva, consulta, etc.) y sobre qué elementos tiene que poder hacerlo (unos espectáculos en concreto o un grupo de usuarios).

En caso de que un usuario no recuerde la palabra de paso la tiene que poder recuperar autónomamente con la función de “recuperar palabra de paso” o similar que tiene que estar en la página de validación de usuario.

Los usuarios y sus palabras de paso tienen que permitir tener fechas de caducidad.

6.17 Control de accesos

La aplicación tiene que permitir la gestión centralizada de los accesos del público a los eventos, tanto con los equipos estáticos del Teatro de la Maestranza como con lectores móviles como las PDAs o los *smartphones*.

El sistema tiene que facilitar la información en tiempo real de las lecturas realizadas por los turnos y ser capaz de mostrar gráficamente la asistencia de público, de manera tal que en cualquier momento se pueda ver a simple vista qué localidades están libres y cuáles ocupadas.

El sistema tiene que permitir también la introducción de códigos “externos” por el control de eventos que también disponen de códigos propios.

El sistema tiene que poder funcionar en modo *offline*, de manera que una posible caída de la conexión de Internet no conlleve el fallo total del sistema.

6.18 Entorno de pruebas

El sistema debe disponer de un entorno de test donde se hagan las pruebas de los nuevos desarrollos y se puedan probar nuevas funcionalidades o simplemente funcionalidades no utilizadas habitualmente y que se quieren probar.

Este entorno tiene que poder cargarse en cualquier momento con una copia de los datos reales de producción.

CLÁUSULA 7. MANTENIMIENTO, SOPORTE Y ATENCIÓN A INCIDENCIAS

7.1 Mantenimiento y actualizaciones

El mantenimiento y las actualizaciones del sistema se realizarán sin paradas del servicio. En caso contrario, tendrán que notificarse previamente al Teatro de la Maestranza y realizarse en horarios no comerciales o en periodos de baja actividad siempre que sea posible.

7.2 Definiciones

En el presente documento, el término “disponibilidad del servicio” se aplica al porcentaje de tiempo sobre un mes concreto (entendiendo meses naturales y días de 24 horas) en que el servicio de venta de localidades ha estado disponible para el acceso por terceras partes, según medidas realizadas. Se entiende que el servicio está disponible si las siguientes condiciones se cumplen al mismo tiempo:

- a) Es posible realizar una transacción de compra de abonos/paquetes/entradas al sistema;
- b) Las *landing pages* albergadas a los sistemas del servicio son accesibles a terceras partes.

El término “disponibilidad de los datos” se refiere a la garantía de disponer de al menos una copia de seguridad diaria de los datos de los clientes con una antigüedad no superior a los 14 días contados a partir del día actual. En términos generales, se intentará disponer de al menos una copia diaria de los últimos 21 días naturales contados a partir del día actual.

El término “borrado accidental de datos” se refiere a la ocurrencia de un acontecimiento que ocasione una pérdida parcial o completa de los datos de los usuarios del servicio.

El término “cuota mensual” se refiere exclusivamente al importe del precio pagado por el Teatro de la Maestranza al mes por el servicio.

Los términos “corte de servicio” o “indisponibilidad del servicio” corresponden a una situación en la que los servicios objeto de garantía no responden a una petición del sistema de supervisión durante un periodo continuado de como mínimo 15 minutos.

El término “pérdida de datos” corresponde a la imposibilidad de recuperar una copia de los datos del cliente con una antigüedad no superior a los 14 días en caso “de borrado accidental de los datos” actuales de los usuarios.

7.3 Disponibilidad del servicio

Para el cálculo del tiempo de disponibilidad de servicio se excluirán aquellos periodos de tiempos comprendidos en tareas de mantenimiento programado.

7.3.1 Objetivo:

El objetivo es conseguir un nivel de disponibilidad del servicio el más próximo posible al 100% y conseguir una disponibilidad de los datos del 100%.

Se pide al proveedor del servicio una disponibilidad del servicio del 99,95%. Se tendrán en cuenta los siguientes datos:

- Periodo de medición: mensual
- Parámetro de medición: % de disponibilidad de los servicios - Valor objetivo: $\geq 99,95\%$

Tabla de Nivel de servicio y compensación:

NIVEL DE SERVICIO COMPENSACIÓN*

$\geq 99,95\%$	No aplicable
99,00% – 99,95 %	5% del precio mensual
95,00% – 99,00%	30% del precio mensual
$< 95,00\%$	60% del precio mensual

* Sobre el precio mensual del servicio.

La indisponibilidad del servicio causada por uno de los siguientes casos queda fuera de esta garantía:

- Mantenimientos programados.

- En caso de que el incidente sea causado por un problema en las aplicaciones propias del Teatro de la Maestranza.

7.4 Tiempo de Respuesta ante Incidentes

Se considera un incidente aquel que implica una interrupción o degradación del servicio ofrecido por la plataforma. El proveedor tiene que garantizar la resolución de incidentes 24 horas al día, 365 días al año. Al recibir el incidente del sistema de monitorización, el proveedor revisará el problema, diagnosticará la causa si su naturaleza lo permite y si es posible restaurará el servicio.

Objetivo de nivel de servicio: el tiempo en que el proveedor empezará a realizar el diagnóstico del incidente; este dependerá del nivel de criticidad del incidente.

Los incidentes se catalogan en 3 niveles de criticidad:

- Nivel 1:

- Plataforma: incidentes que suponen una pérdida total del servicio o una degradación grave; se considera una degradación grave de servicio, para los elementos en clúster de disponibilidad, la pérdida de servicio del 50% o más de los nodos participantes del clúster.

- Software: incidentes que suponen pérdida total del servicio o degradación grave, acusado por errores (*bugs*) del software.

- Nivel 2:

- Plataforma: incidentes que suponen una degradación de servicio inferior al 50% de la potencia total, considerándose para eso la pérdida de servicio en un número de nodos inferior al 50% para un grupo de servicio en clúster dentro de la plataforma, excluyéndose las plataformas de preproducción cuando estas no están en arquitecturas redundadas de alta disponibilidad.

- Software: incidentes debidos a un uso correcto de la aplicación, según las políticas de uso, y que suponen una degradación grave del servicio.

• Nivel 3:

- Son todos aquellos incidentes que no entran en las clasificaciones anteriores, así como los sistemas de preproducción, pruebas y desarrollo, cuando estos no han sido implementados en alta disponibilidad y tratados, a efectos de SLA, como equipos de misión crítica.

A efectos de soporte 24 x 7, se atenderán solo incidencias de nivel 1 y 2.

Los tiempos de respuesta y la diagnosis del incidente se tendrán que hacer según los siguientes criterios y en función del nivel del incidente.

	Tiempo de respuesta	Diagnosis
Nivel 1	Inferior a 10 minutos	Primer diagnóstico en máximo de 90 minutos
Nivel 2	90 minutos o menos en horario laboral	180 minutos o menos fuera de horario laboral
Nivel 3	180 minutos o menos en horario laboral	No asistencia fuera de horario laboral

Si el proveedor no consiguiera alcanzar el objetivo anterior, el Teatro de la Maestranza podrá reclamar una compensación según lo establecido en la siguiente tabla:

- Periodo de medición: Mensual
- Parámetro de medición: % de disponibilidad de los servicios
- Valor objetivo: $\geq 90,00\%$

Tabla de Nivel de servicio y compensación:

NIVEL DE SERVICIO COMPENSACIÓN*

$\geq 90,00\%$	No aplicable
80,00% – 90,00%	10%
70,00% – 80,00%	20%
$< 70,00\%$	30%

* Sobre el precio mensual del servicio.

CLÁUSULA 8. GESTIÓN INCIDENCIAS EN EL SERVICIO Y PENALIZACIONES

Se considerará incidencia cuando una determinada funcionalidad o nuevo desarrollo no funcione de la forma correcta. En el momento en que se produzca una incidencia, el Teatro de la Maestranza abrirá un *ticket* exponiendo la problemática con el fin de proceder a su resolución por parte de la empresa adjudicataria. Las incidencias se clasificarán según su gravedad:

1. Gravedad alta. Incidencias relacionadas con la venta de entradas.
2. Gravedad media. Incidencias relacionadas con la gestión de tareas de *back office*.
3. Gravedad media-baja. Incidencias relacionadas con la generación de listados.

En todos los casos, una vez abierto el *ticket* la empresa adjudicataria tendrá que dar una primera respuesta en un máximo de 20 minutos y la resolución de la incidencia tendrá que ser, desde el momento en que se haya abierto el *ticket*, de:

1. Gravedad alta. Máximo 60 minutos.
2. Gravedad media. Entre 3 y 6 horas.
3. Gravedad media-baja. Máximo 12 horas.

En el caso de no cumplir estos periodos de tiempo para la resolución, se considerará incidencia no resuelta en tiempo y por lo tanto será susceptible de penalización.

Las penalizaciones se aplicarán de acuerdo con:

1 incidencia no resuelta en tiempo	5% descuento sobre el precio mensual del servicio
2 incidencias no resueltas en tiempo	10% descuento sobre el precio mensual del servicio
3 incidencias no resueltas en tiempo	15% descuento sobre el precio mensual del servicio
A partir de 10 incidencias no resueltas en tiempo, acumuladas en la misma temporada	Teatro de la Maestranza se reserva el derecho de resolver el contrato

CLÁUSULA 9. BOLSA DE HORAS DESARROLLOS

Bolsa de horas ordinarias

El número de horas destinadas a las prestaciones de desarrollos de la herramienta a requerimiento del Teatro de la Maestranza se fijan en 10 horas mensuales durante toda la duración del contrato. En caso de no consumir la bolsa de horas mensuales, estas se acumularán en la bolsa de horas del mes siguiente.

Bolsa de horas extraordinarias

En caso de agotar esta previsión, se utilizará la bolsa de horas extraordinarias, que se pagarán al precio/hora que el licitador haya ofrecido en la propuesta económica. La bolsa de horas extraordinarias se estima en un máximo 100 horas anuales.

Los desarrollos que se ejecuten durante la vigencia del contrato se considerarán como confidenciales, y no pueden ser objeto, ni total ni parcialmente, de publicación, copia, utilización, cesión o venta en terceros. Por lo tanto, el adjudicatario tendrá que guardar secreto respecto de los desarrollos relacionados con el objeto del contrato. El deber de confidencialidad subsiste durante los cinco (5) años siguientes a la extinción del contrato.