

## 1. Creación de un Organismo

Para crear un organismo nuevo, dentro del contexto de institución, vamos a la “Institución->Iniciación->Parámetros de la institución->Organismos”. Una vez dentro, pinchamos en “Nuevo”.

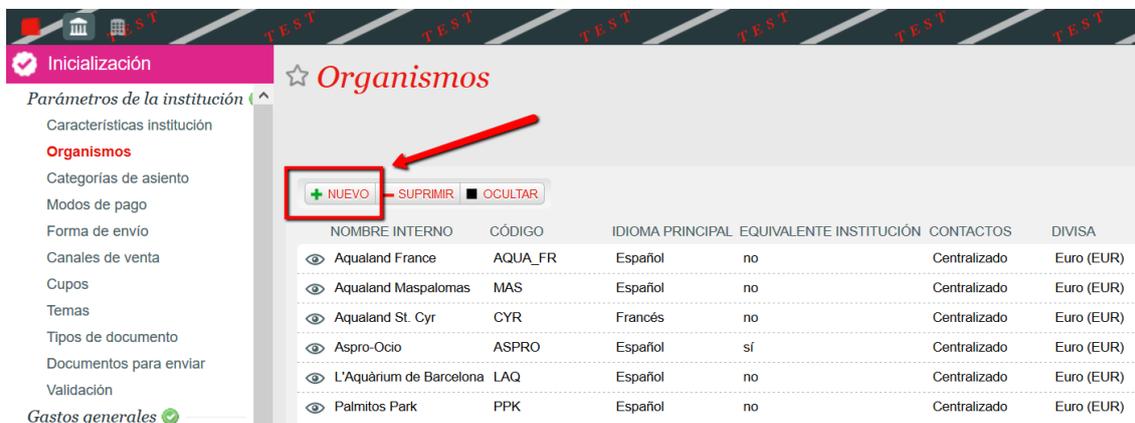


Figura 1. Inicio de la creación de un nuevo organismo.

Se abrirá una ventana nueva en la que deberemos rellenar los siguientes parámetros:

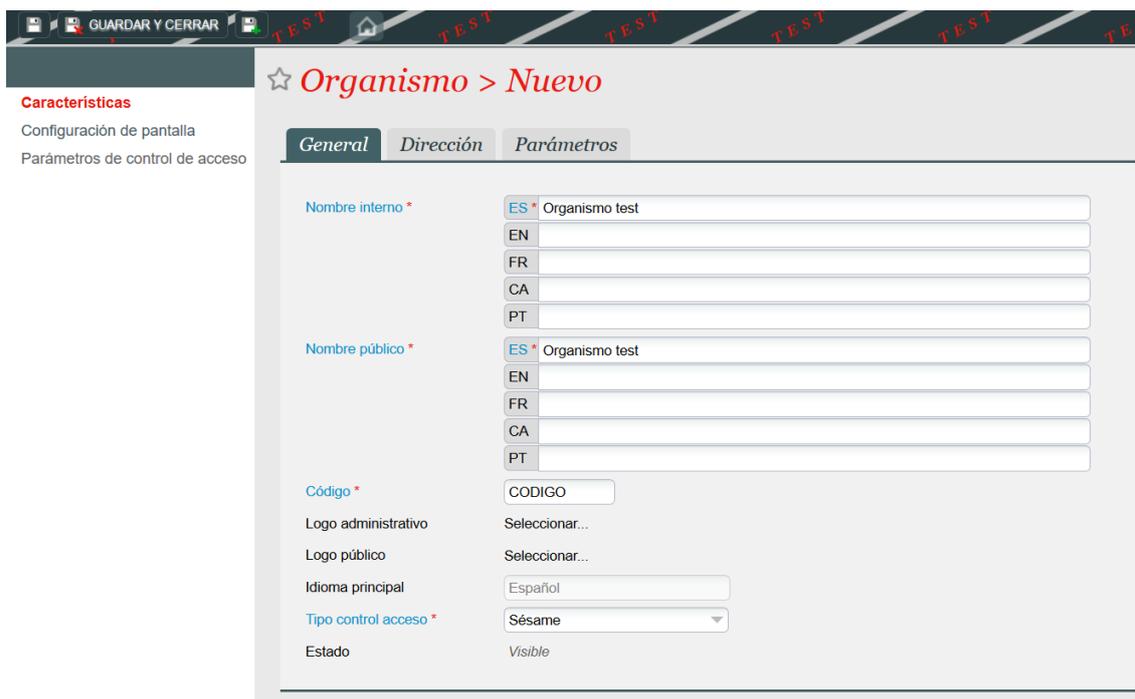


Figura 2. Configuración de nuevo organismo.

- Pestaña “General”:
  - *Nombre interno*: Nombre que se desea dar al organismo en interno.
  - *Nombre público*: Nombre que se desea dar al organismo y que aparecerá en las URLs públicas. Normalmente se suele asignar el mismo nombre que en interno.

- *Código*: Código del centro. Importante definirlo con el mismo nombre usado en ERP (En caso de usar ERPs que importen ficheros de exports de ventas).
- *Logo administrativo*: Logo que aparecerá en la interfaz de configuración.
- *Logo público*: Logo que aparecerá en las URLs públicas.
- *Idioma principal*: Seleccionado por defecto a Español.
- *Tipo de control de acceso*: Para este caso seleccionar “Sésame”.

Antes de pasar a la siguiente pestaña pinchamos en el icono guardar localizado en la esquina superior izquierda de la ventana emergente. Haremos esta operación siempre que cambiemos de pestaña y usaremos la opción “Guardar y cerrar” cuando deseemos que la ventana emergente se cierre.



Figura 3. Botón de guardado.

- Pestaña “Dirección”:
  - En este apartado podemos rellenar los distintos campos de dirección del organismo.
- Pestaña “Parámetros”:
  - *Use “desglose precio ventas”*: Marcamos no.
  - *Gestión de cuentas*: Marcamos no.
  - *Fecha de cálculo para el IVA de la función*: Marcamos “R1 – Fecha de pedido”.
  - *Autorización pago en espera para un nuevo contacto*: Marcamos sí o no según se desee activar la opción de pago diferido.



Figura 4. Configuración de nuevo organismo.

El siguiente paso consiste en configurar la página de registro de usuario del ticket shop. En concreto, seleccionaremos los campos que se desea que el usuario rellene a la hora de crear una cuenta nueva. Para ello vamos a la opción “Configuración de Pantalla” dentro de la misma ventana emergente que tenemos abierta.

Una vez dentro, seleccionamos la opción “B2C página de registro” para la opción Nombre de pantalla y le damos a buscar. Seleccionando esta opción estaremos configurando el ticketshop B2C. Desde aquí podremos seleccionar también la página de registro de los otros canales disponibles si elegimos cualquiera de las otras opciones disponibles.



Organismo > L'Aquàrium de Barcelona

Nombre de pantalla: B2C página de registro

BUSCAR BORRAR

+ AÑADIR LA CONFIGURACIÓN QUE FALTA

NOMBRE DE PANTALLA:	UNA PARTE DE LA PANTALLA	CAMPO DE LA PANTALLA	CAMPO DE GRUPO	VALOR
B2C_INTERNET_CONTACT_FORM	address			FALSE
B2C_INTERNET_CONTACT_FORM	autorisations			FALSE
B2C_INTERNET_CONTACT_FORM	captcha	captcha		FALSE
B2C_INTERNET_CONTACT_FORM	criteria			TRUE
B2C_INTERNET_CONTACT_FORM	profile	first_name		MANDATORY
B2C_INTERNET_CONTACT_FORM	profile	last_name		MANDATORY
B2C_INTERNET_CONTACT_FORM	profile	civility_MR	civility	FALSE
B2C_INTERNET_CONTACT_FORM	profile	civility_MRS	civility	FALSE
B2C_INTERNET_CONTACT_FORM	profile	civility_MS	civility	FALSE
B2C_INTERNET_CONTACT_FORM	profile	civility_MR_MS	civility	FALSE
B2C_INTERNET_CONTACT_FORM	profile	fix_phone	phone	FALSE

Figura 5. Menú de configuración de campos de formularios para usuario.

Al darle a buscar se mostrarán únicamente los parámetros asociados al canal de venta deseado. De entre todos los que aparecen, marcamos como ‘mandatory’: first\_name y last\_name, y como ‘true’ criteria (pregunta para suscribirse al newsletter). De esta manera sólo se pedirá el correo electrónico, el nombre y el apellido. Se pueden marcar más opciones en caso de desear tener más datos del cliente que se registra.

Con esto acaba la configuración del Organismo desde Institución. Guardamos y cerramos la ventana.

### 1.1. Creación de administradores de organismo

Tras crear el organismo deberemos asignar los permisos de administrador de organismo a perfil que deseemos. Para ello vamos a “Institución->Operadores->Administrador Organismo”.



Figura 6. Menú general de operadores en organismo.

A continuación pinchamos en “nuevo” y en la ventana que aparece buscamos el usuario (por ejemplo por nombre). Cuando la búsqueda finaliza aparecerá el usuario que deseamos configurar. Lo seleccionamos y pinchamos en “Ok”. En la ventana que aparece, seleccionamos el Organismo sobre el que queremos dar los permisos de administración, de la lista desplegable en “Organismo”. Una vez seleccionado pinchamos en Guardar y cerrar y buscamos el usuario en la lista para activarlo (hasta que no se active aparecerá con un aspa roja). Una vez lo tengamos identificado en la lista de operadores, pinchamos en “Poner en funcionamiento”. Tras realizar esto, deberemos salir de SecuTix y entrar al menos un par de veces hasta que aparezca el nuevo organismo en el menú desplegable superior de organismos.

## 1.2. Configuración de números administrativos.

Seguidamente, vamos a “Organismo->Iniciación->Características del organismo->Números administrativos”. Vemos que aparecen dos elementos: Número IBAN y Código TVA europeo. Puesto que ASPRO no llevará la contabilidad usando únicamente SecuTix estos números no tienen trascendencia ninguna en la configuración (pero sí es necesario completarlos). Por lo tanto, haciendo doble click en ellos podemos añadir cualquier número en “Valor” y en “Fecha de inicio” marcamos “Hoy”. Pinchamos en “Ok” y si todo ha ido bien aparecerá una bandera verde al lado de los números. Una vez completados ambos números podemos proceder a la creación de una temporada.



Figura 7. Configuración de números administrativos del organismo.

## 2. Creación de una Temporada

A continuación crearemos una temporada asociada al organismo que hemos creado en el punto anterior. Para ello, vamos a “Organismo->Iniciación->Configuración Organismo->Temporadas”.



Figura 8. Menú general de temporadas del organismo.

Seguidamente pinchamos en “Nuevo” y en la ventana emergente rellenamos los campos de la pestaña General (Nombre interno, nombre público, etc.). Para evitar problemas, como fecha de inicio siempre seleccionamos “Hoy” o una fecha futura. Recordar que nunca se debe poner una fecha pasada. Esto es igual para la fecha de inicio de venta.



Figura 9. Ventana de creación de una nueva temporada: Parámetros generales.

En la pestaña “Parámetros” podemos configurar las siguientes opciones:

- Opciones productos autorizados: (no/sí) Posibilidad de que una agencia/agente comercial con su canal propio pueda solicitar productos para su distribución.

- Descontando la cuota de abonados: (sí/no).
- Exceso de reservas permitido: (sí/no).

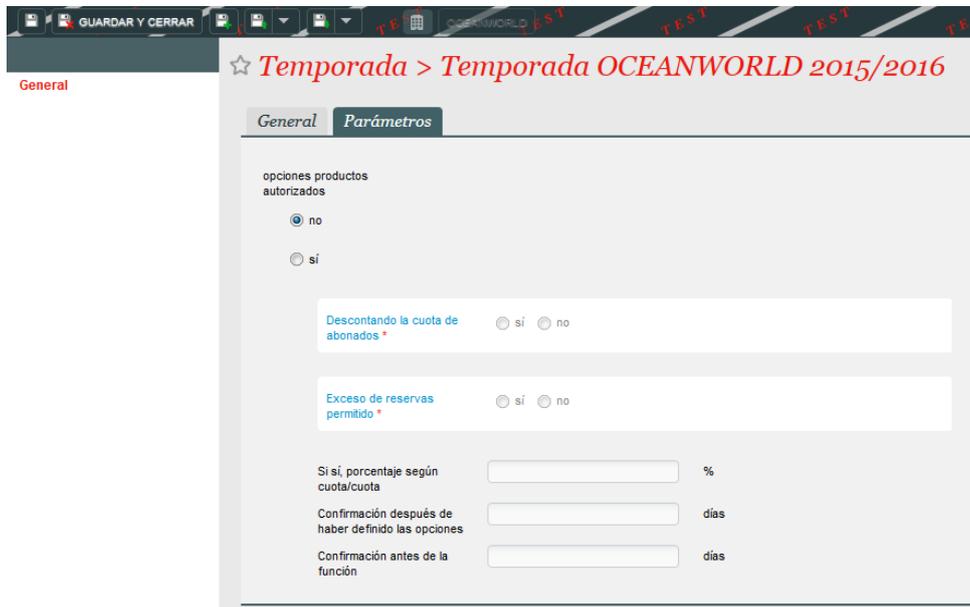


Figura 10. Ventana de creación de nueva temporada: Otros parámetros.

Una vez completados los campos guardamos y cerramos. La temporada está creada y el siguiente paso es validarla y ponerla en funcionamiento. Para ello volvemos al menú de Temporadas y en la lista la seleccionamos, pinchamos en validar y una vez validada pinchamos en poner en funcionamiento.



Figura 11. Validación y activación de nueva temporada.

## 2.1. Configuración de Temporada

### 2.1.1. Creación de subcategorías de público

Una vez puesta en funcionamiento la temporada, debemos configurar las distintas subcategorías de público que tendrán los pases que se pongan a la venta. Para ello, vamos a “Inicialización->Configuración de temporada->Subcategorías de público”. Seguidamente pinchamos en “Nuevo” para crear una nueva subcategoría. En la ventana emergente rellenamos los distintos datos que se piden:

- *Categoría de público*: Seleccionamos “Contacto ocasional”. **IMPORTANTE** no equivocarse ya que luego no se puede cambiar.

- **Rango:** Posición en la que dicha categoría aparecerá en la lista de productos en el ticketshop. Si tenemos cuatro categorías: adulto, niño, mini y jubilado. Para que aparezcan en ese orden en el ticketshop los rangos de cada una deberán ser 1, 2, 3 y 4 respectivamente. De esta manera aparecerán en el ticketshop (una vez esté éste configurado) tal y como se aprecia en la siguiente figura.

Selección de entradas

Por favor, indica el número de entradas que desees por cada tarifa. Esta entrada es válida para esta temporada.

Tarifa	Cantidad	Precio unitario	Subtotal
Adulto (A partir de 11 años) <i>Oferta Internet</i>	0	20,00 EUR 18,00 EUR	0,00 EUR
Niño (Entre 5 y 10 años) <i>Oferta Internet</i>	0	15,00 EUR 13,50 EUR	0,00 EUR
Mini (Entre 3 y 4 años) <i>Oferta Internet</i>	0	7,00 EUR 6,50 EUR	0,00 EUR
Jubilado (A partir de 65 años) <i>Oferta Internet</i>	0	18,00 EUR 16,20 EUR	0,00 EUR
<b>Total</b>			<b>0,00 EUR</b>

Añade a la cesta

Figura 12. Orden en el que se muestran las subcategorías de público en el Ticketshop.

- **Nombre interno:** Nombre que tiene la subcategoría en la interfaz de configuración de SecuTix. Dicho nombre se puede poner en 5 idiomas y éste será mostrado en el idioma correspondiente que haya seleccionado el operador antes de acceder a SecuTix.
- **Nombre externo:** Nombre de la subcategoría que se mostrará al público en el ticketshop. Igualmente puede ser definido en los idiomas soportados por el ticketshop.
- **Descripción pública:** Descripción de la subcategoría que aparecerá en el ticketshop. Aquí podemos añadir información como, por ejemplo, el rango de edad que corresponde a cada subcategoría. De la misma manera, esta descripción puede ser definida en varios idiomas.
- **Código:** Código de uso interno de la subcategoría de público. Este código estará incluido en cada línea de venta del archivo de ventas que es exportado por SecuTix a los servidores del cliente. Este código puede ser modificado posteriormente.
- **Tipo de público:** Indica si la categoría que estamos configurando tendrá la tarifa completa o algún tipo de reducción. Podemos elegir entre “Pleno”, “reducido 1”, “reducido 2”, “reducido 3”, “reducido 4”, “reducido 5” y “Gratuito”.
- **Cantidad mínima por operación:** Cantidad mínima de tickets que será necesario adquirir para esa subcategoría por cada transacción. El valor habitual es 1.
- **Cantidad máxima por operación:** Cantidad máxima de tickets que será posible adquirir para esa subcategoría por cada transacción. Dejar en blanco si no se desea limitar el número de pases vendidos por cada transacción.
- **Validación externa:** Dejar en blanco.

- *Subcategorías de público requeridas:* En este campo podemos indicar si la subcategoría de público requiere que se adquiera un pase de otra subcategoría de público. Por ejemplo, si estamos comprando una entrada de niño, se podría configurar el sistema para que requiera la compra de al menos una entrada de adulto. Para que el sistema sea flexible se recomienda dejar en blanco.
- Cantidad mínima requerida de Subcategorías de público. Si hemos configurado el campo anterior, aquí podremos indicar de manera numérica el número de pases requeridos de las Subcategorías anteriores (si seleccionamos adulto como requerida para niño y en este campo indicamos un 1, entonces el sistema obligará a adquirir una entrada de adulto en caso de haber una entrada de niño en el carro de la compra).

Una vez configurados todos estos campos podemos proceder a guardar y cerrar. La figura siguiente muestra el ejemplo de configuración para la subcategoría de público “Adulto”.

GUARDAR Y CERRAR
ASPRO-OCIO
TEMPORADA 2015/2016

☆ *Subcategoría de público > Adulto*

**Categoría de público**

**Rango \***

**Nombre interno \***

ES * Adulto
EN
FR
CA
PT

**Nombre público \***

ES * Adulto
EN
FR
CA
PT

**Descripción pública**

ES (A partir de 11 años)
EN
FR
CA
PT

**Código \***

**Tipo público \***

**Cantidad mínima por operación (solo por Internet) \***

**Cantidad máxima por operación (solo por Internet)**

**Validación Externa**

**Subcategorías de público requeridas**

<i>Sin seleccionar</i>	<i>Seleccionada</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▷ Ocasional</li> <li>▷ Abono</li> <li>▷ Invitado</li> </ul>	

**Cantidad mínima requerida de subcat de público**

Figura 13. Configuración de la subcategoría de público de adulto.

### 3. Configuración de emplazamientos y áreas.

El siguiente paso consiste en definir un emplazamiento y las distintas áreas del parque que estamos configurando. En el caso más simple, el parque sólo tendrá un emplazamiento y un área, los cuales serán coincidentes. Sin embargo, si tenemos un parque que está dividido en varias zonas con accesos independientes podemos indicarlo en la sección que se indica a continuación.

Para configurar un emplazamiento vamos primero a “Institución->Sala->Configuración Sala->Emplazamientos”.



Figura 14. Menú principal de emplazamientos en el contexto Institución.

En esta sección iremos definiendo los distintos emplazamientos a medida que vayamos configurando los distintos organismos de la institución. Para crear uno nuevo basta con pinchar en “Nuevo” y rellenar los datos solicitados en la ventana emergente. Entre los datos a rellenar en la pestaña “General” encontramos:

- **Nombre interno:** Nombre que tiene el emplazamiento en la interfaz de configuración de SecuTix. Dicho nombre se puede poner en 5 idiomas y éste será mostrado en el idioma correspondiente que haya seleccionado el operador antes de acceder a SecuTix.
- **Nombre externo:** Nombre del emplazamiento que se mostrará al público en el ticketshop. Igualmente puede ser definido en los idiomas soportados por el ticketshop.
- **Código:** Código de uso interno del emplazamiento.
- **Imagen de acceso:** Es posible añadir el logo del emplazamiento. La imagen no puede superar los 200KB de tamaño.

En la pestaña “Dirección” encontramos los campos habituales para indicar la dirección del emplazamiento: País, dirección, código postal, teléfono, etc.

Las siguientes figuras muestran la configuración del emplazamiento “L’Aquàrium Barcelona”.



★ Emplazamiento > L'Aquarium Barcelona

General Dirección

Nombre interno \* ES \* L'Aquarium Barcelona  
EN  
FR  
CA  
PT

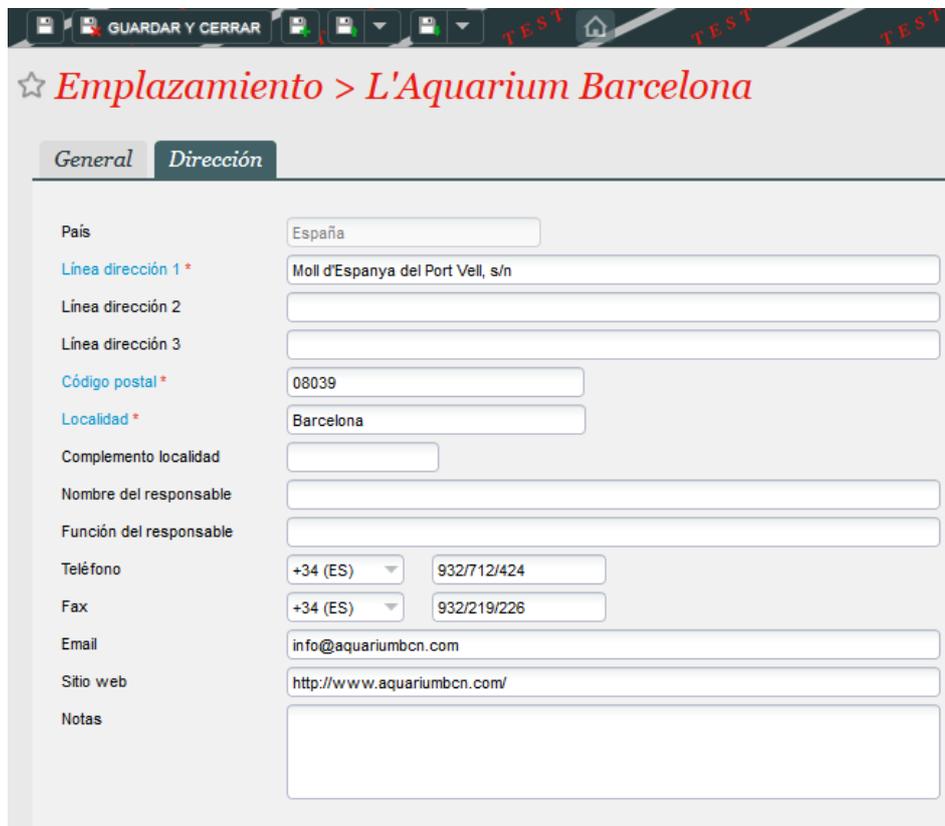
Nombre público \* ES \* L'Aquarium Barcelona  
EN  
FR  
CA  
PT

Código \* ASP\_LAQ

Imagen de acceso 

Estado Visible

Figura 15. Configuración de emplazamiento: parámetros generales.



★ Emplazamiento > L'Aquarium Barcelona

General Dirección

País España

Línea dirección 1 \* Moll d'Espanya del Port Vell, s/n

Línea dirección 2

Línea dirección 3

Código postal \* 08039

Localidad \* Barcelona

Complemento localidad

Nombre del responsable

Función del responsable

Teléfono +34 (ES) 932/712/424

Fax +34 (ES) 932/219/226

Email info@aquariumbcn.com

Sitio web http://www.aquariumbcn.com/

Notas

Figura 16. Configuración de emplazamiento: parámetros de dirección.

Tras definir el emplazamiento debemos definir el área. En el caso de sólo tener un área, los datos que introduciremos serán los mismos que para el emplazamiento. El proceso es idéntico al del emplazamiento. Entramos en “Áreas”, pinchamos en “Nuevo” y rellenamos los datos requeridos. La principal diferencia respecto a la configuración del emplazamiento es que podemos indicar el tipo de área (Arena, restaurante, museo, parque, etc.).

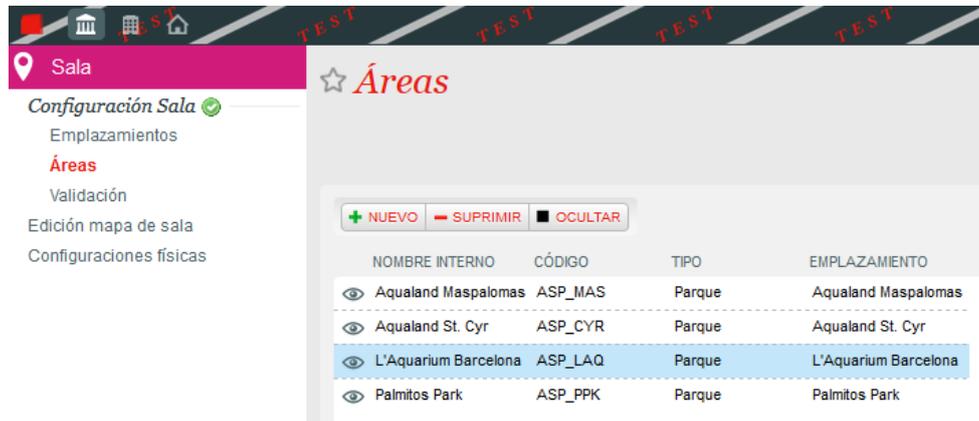


Figura 17. Menú de configuración de áreas en Institución.

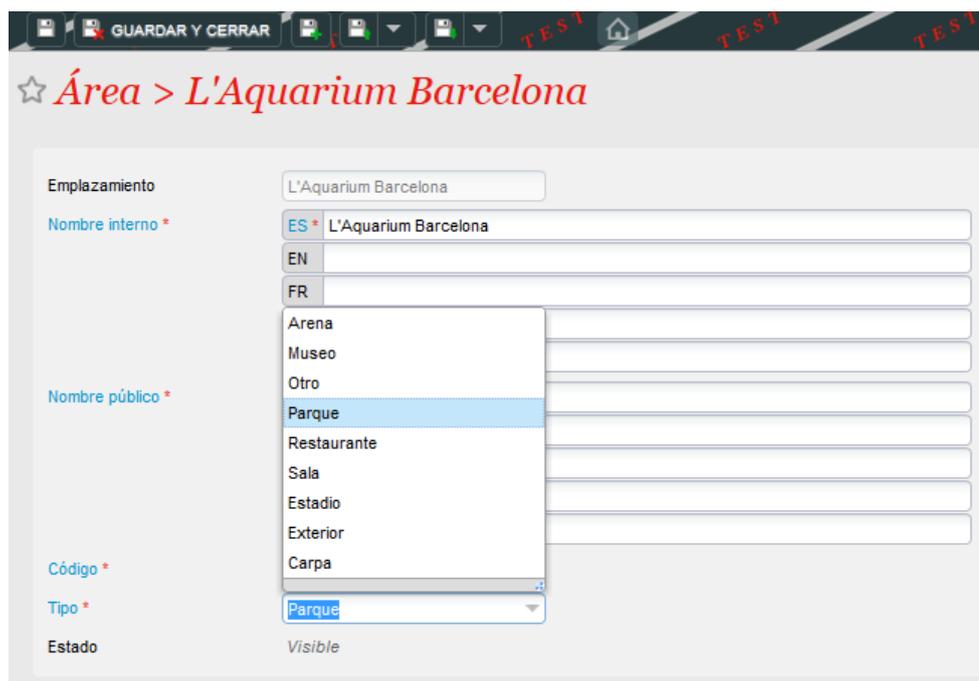


Figura 18. Creación de un área.

Una vez configurada el área, validamos la configuración y pasamos al siguiente paso: la definición de cupos.

#### 4. Configuración de cupos

**IMPORTANTE:** Puesto que el cupo General ya está definido para la institución ASPRO no es necesario volver a crearlo. Aun así indicamos como crear un cupo por si se deseara crear otro tipo.

La definición de los cupos es muy sencilla para el caso de los parques. En principio definiremos solamente un cupo general.

Para ello, vamos a “Institución->Inicialización->Parámetros de la Institución->Cupos. Una vez dentro pinchamos en “Nuevo” y rellenamos los datos requeridos en la ventana emergente. Entre los datos a rellenar se encuentran:

- *Nombre interno*: Nombre que tiene el cupo en la interfaz de configuración de SecuTix. Dicho nombre se puede poner en 5 idiomas y éste será mostrado en el idioma correspondiente que haya seleccionado el operador antes de acceder a SecuTix.
- *Código*: Código de uso interno del cupo.
- *Estado*: visible (no configurable).
- *Color*: Seleccionar un color que identifique el cupo. Esta opción se utiliza para mostrar los distintos cupos en una sala con butacas mediante un mapa de colores. Podemos seleccionar el color que deseemos. El primer color corresponde al fondo y el segundo al color del texto que se muestra sobre dicho fondo.
- *Exclusivo*: Marcar “no”.
- *Número de entradas/salidas*: Número de entradas/salidas permitidas.
- *Objetivo del cupo*: Seleccionamos interno en caso de que sólo se vayan a configurar canales de venta internos (que suele ser el caso habitual). En el tipo indicamos el tipo de público al que va dirigido el público. Si es al público general indicamos “Otros”, si estamos, por ejemplo, definiendo un cupo para prensa, seleccionamos “Prensa” de la lista. Hay distintas opciones de tipo de cupo (Abonado, invitado, minusválido, protocolo, prensa, etc.). En canales de venta podemos seleccionar “Todos los canales internos” o bien seleccionar los canales que deseemos de entre los existentes. En este punto como todavía no hemos configurado ningún canal de venta, la lista aparecerá vacía. Podemos seleccionar “Todos los canales internos” de forma que a medida que se vayan creando se añada el cupo de manera automática o bien dejar marcada la lista y volver a esta configuración para añadir los canales a medida que los vayamos creando.

La figura 20 muestra la configuración del cupo “General”.

Una vez configurado el cupo a nivel de institución, debemos configurarlo a nivel de organismo, para ello, vamos a Organismo->Inicialización-Configuración de organismo->cupos”.

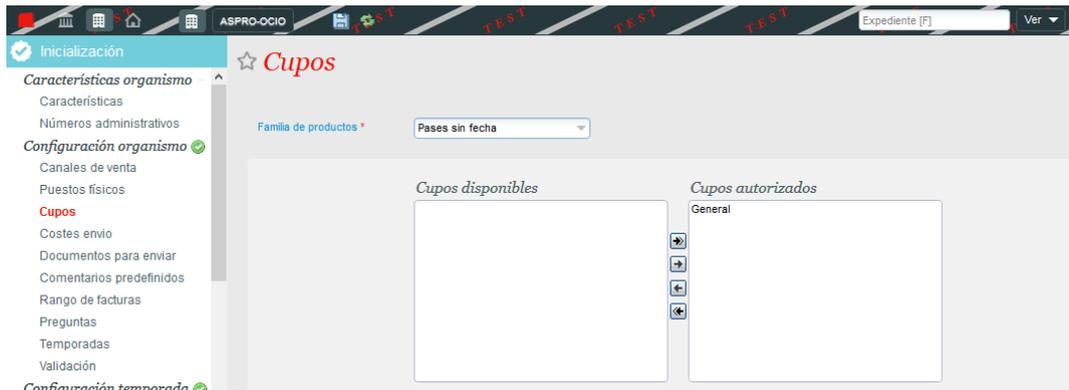


Figura 19. Asignación de cupos al organismo.

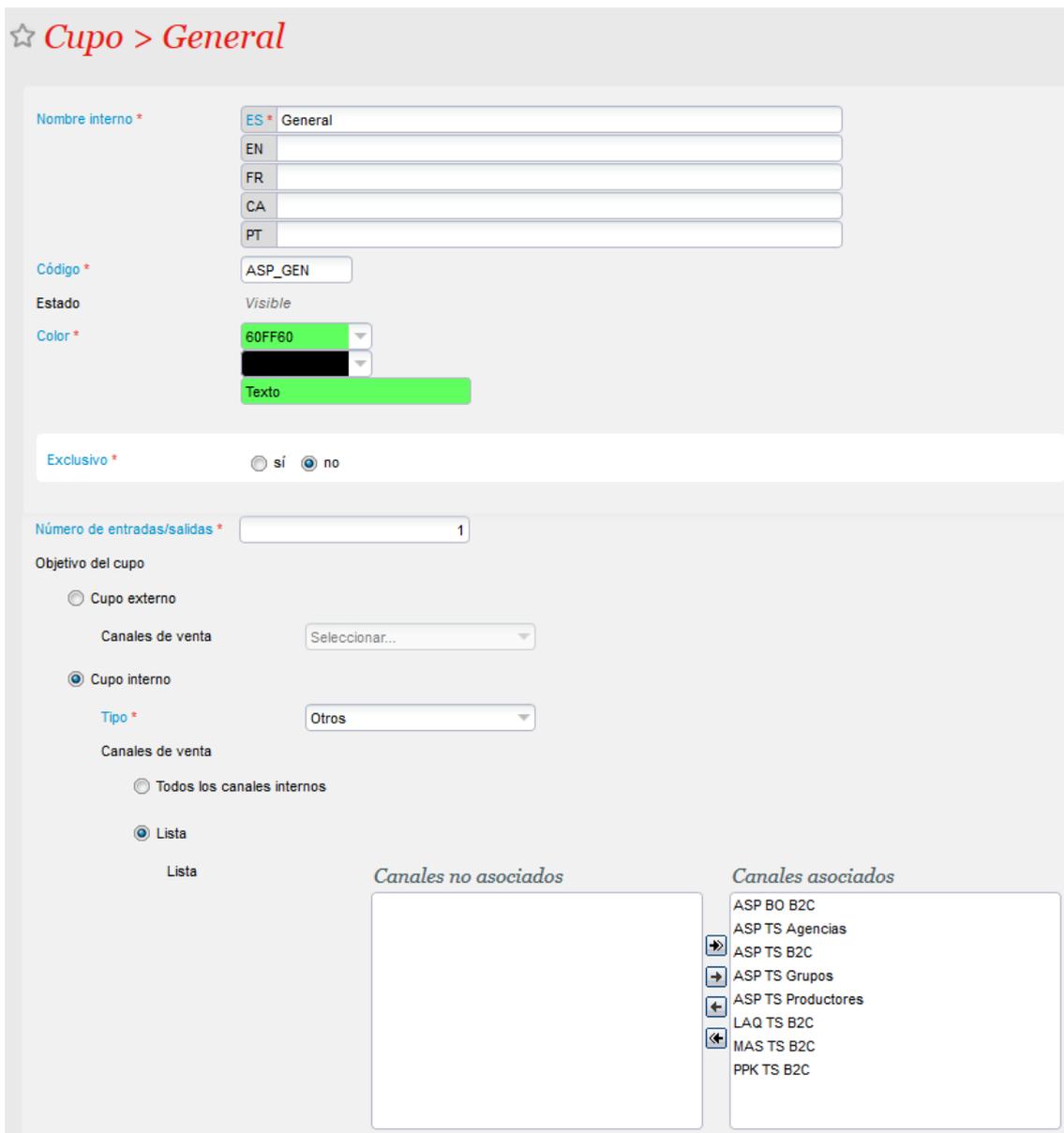


Figura 20. Configuración de un cupo.

Aquí bastará con seleccionar la familia de productos para la que deseamos añadir el cupo (Pase con fecha, pase con fecha y hora y pase sin fecha y hora) y pasar el cupo de “Cupos disponibles” a “Cupos autorizados”. Pinchamos en el icono de guardar en la barra superior negra y la configuración de los cupos habrá finalizado.

## 5. Configuración de canales de venta.

A continuación configuraremos los canales de venta, los cuales son los canales a través de los que se venderán los productos que definamos en el catálogo posteriormente.

Para crear un canal de venta debemos ir a “Institución->Inicialización->Parámetros de la Institución->Canales de venta”. Como siempre, entramos y pinchamos en nuevo. Una ventana emergente nos preguntará si el canal que deseamos crear es de tipo interno o externo. Seleccionamos “interno”. En la siguiente ventana, en la pestaña “General”, los campos que deberemos rellenar son los siguientes:

- *Nombre interno:* Nombre que tiene el canal de venta en la interfaz de configuración de SecuTix. Dicho nombre se puede poner en 5 idiomas y éste será mostrado en el idioma correspondiente que haya seleccionado el operador antes de acceder a SecuTix.
- *Código:* Código de uso interno del canal de venta.
- *Tipo:* Aquí seleccionaremos el tipo de canal de venta. Entre los tipos disponibles se encuentra: Agencia, Correo, Taquillas, Internet flash, Teléfono, Caja individual, Punto de venta, Interfaz en tiempo real, Tienda de merchandising, Internet gran público, Internet empresa, Internet agencia y Espacio productor/socio. Para el Ticketshop normal seleccionar “Internet gran público”.
- *Organismo responsable:* Seleccionamos el organismo para el que estamos creando el canal de venta.
- *Cupos:* Añadimos los cupos que hayamos creado (pasándolos de cupos no autorizados a cupos autorizados).

☆ *Canal de venta > ASP TS B2C*

**General** Parámetros

Estado *En funcionamiento*

Nombre interno \* ES \* ASP TS B2C

EN

FR

CA

PT

Código ASP\_TS

Canal  Interno  Externo

Tipo Internet gran público

Organismo responsable Aspro-Ocio

Cupos

*Cupos no autorizados*

*Cupos autorizados*

Fuera de cupo  
General

Estado Visible

Figura 21. Configuración de parámetros generales del canal de venta.

En la pestaña “Parámetros” los campos a rellenar son los siguientes:

- *Plazo de abandono de un pedido en curso:* Tiempo tras el cual se cancela el pedido en curso. Es decir, tiempo durante el que el ticket que ha añadido a su cesta el usuario está reservado. En el momento en que dicho tiempo pase el ticket se liberará y el usuario deberá reiniciar la venta. Un valor habitual suele ser entre los 10 y los 20 minutos. Este campo está en el formato hh:mm, luego si se desea fijar 10 minutos el valor será 00:10.
- *Acceso al fichero de contactos:* En caso de ser un canal de venta para terceros, marcar si tendrán opción a acceder al fichero con la información de los contactos.
- *Fondo fijo de caja posible.*
- *El origen del contacto es obligatorio:* Indica si el usuario debe indicar de forma obligatoria su procedencia (ya sea en la caja de la taquilla o en el ticketshop de internet).
- *Sistema de pago:* Si estamos configurando un canal de internet, seleccionamos “Pago Internet (e-PC)”.
- *Facturación del pedido:* Marcado como nunca. No editable. No tener en cuenta.
- *Límite de gastos:* Límite de gasto por compra de usuario en el canal.
- *Módo búsqueda de asiento por defecto:* Necesario para salas con butacas. Si se selecciona “Manual” el usuario seleccionará de forma manual los asientos que desea en el mapa de butacas que se le muestra. Si selecciona

“Automático” el sistema asignará de forma automática las butacas. Si selecciona “Mixto” el sistema propondrá unas butacas y el usuario podrá modificarlas de manera manual si lo desea.

- *Número de proposiciones:* En caso de seleccionar “Mixto” o “Automático” en el campo anterior, podemos indicar el número de proposiciones que realiza el sistema.
- *Aviso de asientos aislados:* El sistema automático de proposición de butacas no propone butacas aisladas salvo a partir de un número de entradas restantes que se indica en este campo.
- *Siempre permite asientos aislados:* Si desmarcamos esta opción el sistema automático no propondrá asientos aislados.
- *Cantidad máxima de asientos por función:* Cantidad máxima de asientos por función que se pueden comprar en una transacción.
- *Email del remitente:* Email desde el que se enviará la documentación de compra al cliente.
- *Modos de envío:* Modos en los que se le enviará la documentación al cliente. Habitualmente para internet seleccionaremos la opción “Electrónico”, la cual incluye el envío por correo electrónico del ticket print@home y el ticket para móvil.

☆ *Canal de venta > Nuevo*

**General** **Parámetros**

Plazo de abandono de un pedido en curso

Acceso al fichero de contactos \*  sí  no

Fondo fijo de caja posible \*  sí  no

El origen del contacto es obligatorio. \*  sí  no

Sistema de pago

Facturación del pedido \*

Límite de gastos

Modo búsqueda de asiento por defecto \*

Número de proposiciones

Aviso de asientos aislados (# de asientos)  Número de asientos restantes, por debajo de los cuales la creación de asientos aislados está autorizada.

Siempre permite los asientos aislados.

Cantidad máxima por función

Email del remitente \*

Modos de envío

Modos de envío no disponibles		Modos de envío disponibles
Carta	↑	
Correo	↑	
Electrónico	→	
Email	→	
E-Mail Marketing	←	
Entrega inmediata	←	
Externo	←	
print@home	↓	
Recoger en taquilla	↓	

Figura 22. Configuración de otros parámetros del canal de venta.

Una vez finalizada la configuración guardamos y cerramos y el canal de venta ya estará creado a nivel de institución. A continuación deberemos ir a Organismo para configurar los detalles finales.

Vamos a “Organismo->Iniciación->Configuración Organismo->Canales de venta”. Aquí aparecerá la lista de canales de venta que hemos creado desde Institución. Antes de poner en funcionamiento el canal, deberemos crear un punto de venta. Para ello hacemos doble click encima del canal deseado y se abrirá una ventana emergente con la configuración de dicho canal. En el menú de la izquierda veremos la opción “Puntos de venta”. Pinchamos y entramos.

Una vez dentro, pinchamos en “Nuevo” para crear un nuevo punto de venta.

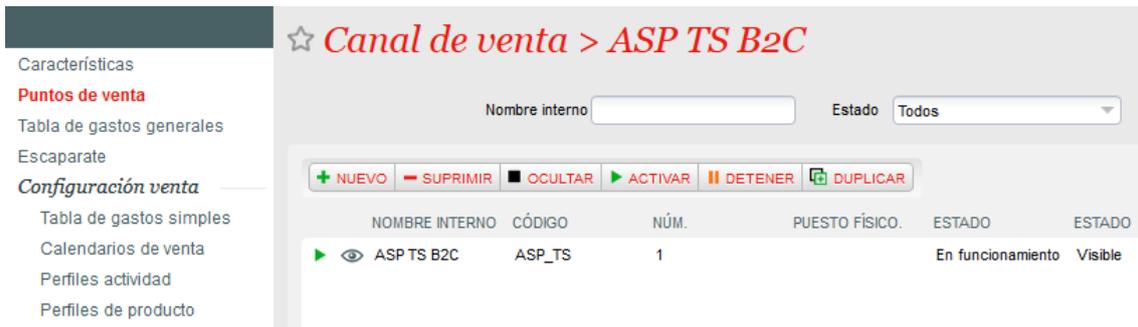


Figura 23. Menú de puntos de venta de un canal de venta.

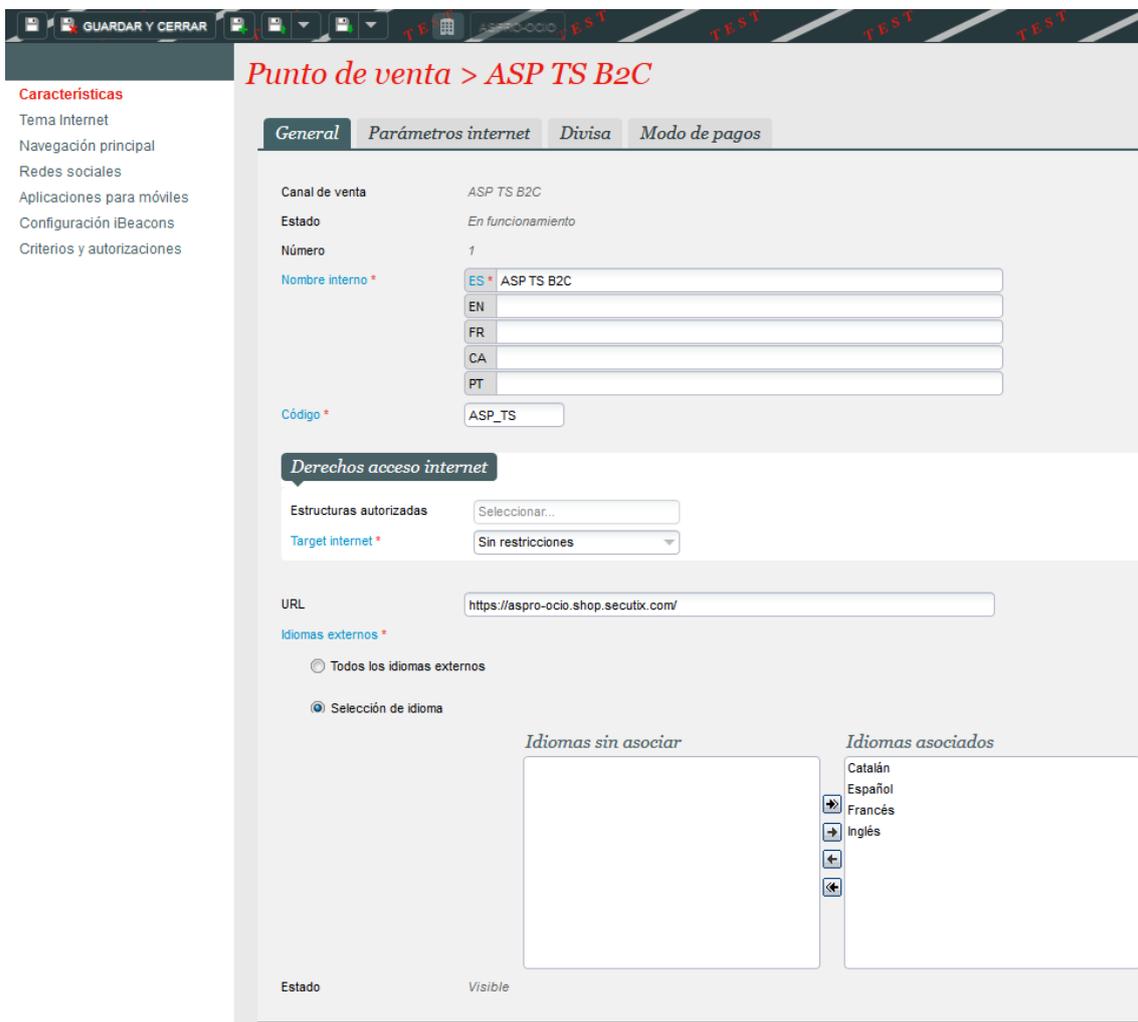


Figura 24. Creación de un nuevo punto de venta para un canal de venta.

En la pestaña “General” del menú “Características”, los datos que deberemos rellenar son los siguientes:

- **Nombre interno:** Nombre que tiene el punto de venta en la interfaz de configuración de SecuTix. Dicho nombre se puede poner en 5 idiomas y éste

será mostrado en el idioma correspondiente que haya seleccionado el operador antes de acceder a SecuTix.

- *Código*: Código de uso interno del punto de venta.
- *Estructuras autorizadas*: En caso de ser un canal de tipo Agencias o grupos, negocio, etc., podremos indicar qué estructuras (empresas, asociaciones, etc.) tienen autorización a operar sobre el punto de venta.
- *Target internet*: Sin restricciones o conjunto de contactos. Podemos indicar los destinatarios del punto de venta. Si deseamos que sea para el público general indicamos “Sin restricciones”. Existiría la posibilidad de limitar el acceso al punto de venta a un conjunto de contactos.
- *URL*: Dirección web que tendrá el ticketshop. Esta URL debe ser solicitada a SecuTix para su activación. La URL tiene el formato <https://nombredeseado.shop.secutix.com>.
- *Idiomas externos*: Idiomas que soportará el ticketshop. Podemos marcar todos los idiomas o seleccionar de entre los existentes.

En la pestaña “Parámetros Internet” encontraremos:

- *Tipo conexión*: Al inicio del proceso, al inicio de comprobación, nunca. Marcar “al inicio de comprobación”.
- *Máximo pago*: Máximo pago en el ticketshop.
- *Modo de uso*: Seleccionar TODO es
- *Epc shop ID*: ID del TPV del parque al que irán los pagos. En fase de pruebas se puede rellenar con “DUMMY”.

Seguidamente se encuentran distintos campos:

- Web corporativa (incluir la del ticketshop de Secutix).
- URL de la cuenta de cliente (poner la del ticketshop de Secutix terminada de /account)
- URL cas web (incluir la del ticketshop de Secutix).
- ID de Google analytics.
- Otros parámetros cuyo nombre es autoexplicativo.

Punto de venta > ASP TS B2C

General **Parámetros internet** Divisa Modo de pagos

Tipo conexión \*    
Máximo pago  EUR   
Modo de uso    
Epc shop ID \*

**Dirección internet**

Web institucional    
Ayuda    
URL de redirección a la página de inicio    
Condiciones generales de venta    
Protección de datos    
Garantías de seguridad    
Correo electrónico de contacto    
Donde está mi asiento ?    
Contacto    
URL cuenta cliente    
URL cas web    
URL detalle producto    
Seguro de Cancelación    
ID de contenedor Google Tag Manager    
ID de seguimiento Google Analytics  El ID Google Analytics se ignorará si se facilita un ID Google Tag Manager.   
Nombre de dominio Google    
No se permite la lista en espera  sí  no   
Mostrar los miembros de la categoría de público para el gran público  sí  no   
Gestionar contactos estructura  sí  no   
Venta asociada  sí  no (los colores de un socio)   
Resaltar la temporada de los productos a la venta  sí  no

**Available functions**

TODO Only immediate shipment modes (if possible)    
Ventas    
Reabono    
Filtro de sesiones basado en la cantidad disponible

Figura 25. Configuración de parámetros de Internet de un punto de venta.

Tras esto, iremos a la pestaña “Modos de pagos” (nos saltamos la pestaña “Divisa”). En esta pestaña indicamos los pagos soportados por el punto de venta. Si es un ticketshop de internet, indicamos “Tarjeta Internet” (pasándolo del cuadro de la izquierda al cuatro de la derecha) como se aprecia en la siguiente imagen.

## Punto de venta > ASP TS B2C

General Parámetros internet Divisa **Modo de pagos**

Modo de pagos soportados

Efectivo	0. Tarjeta Internet
Pago en espera	

TODO Security policy : CVV mandatory? \*  sí  no

Gestión del alias: ¿Guardar los datos de pago autorizados? \*  sí  no

Figura 26. Selección de modos de pago de un punto de venta.

Una vez finalizado el apartado “Características” pasamos a “Tema Internet”. En este apartado configuraremos la apariencia gráfica del ticketshop (colores, imagen de fondo, logo, etc.).

Dentro de “Características” empezamos configurando la pestaña “Estructura general”. El resto de apartados pueden ser configurados en la pestaña “Contenido” (figura 27). Sobre este punto enviaremos otro tutorial incluyendo las partes del ticketshop a las que se refiere cada campo.

Una vez configurado el punto de venta, debemos validar y activar el canal de venta primero y después validar y activar el punto de venta (siempre en este orden).

A continuación pasaremos a explicar la configuración de los distintos productos que se ponen a la venta en el ticketshop.

## Tema Internet

**Estructura general**
Contenido
Móvil

**Encabezado y pie de página**

Logo		...	
	<small>Ancho máximo 400px, 100px altura máxima.</small>		
Favicon		...	
	<small>Square ratio, min 16x16, extensión .ico (ex: icoconverter.com)</small>		
Idiomas	<input type="text" value="Código"/>		
Color de la cabecera	<input type="text"/>	transparente	<input type="checkbox"/>
Imagen de fondo de la cabecera	Seleccionar...	...	
Texto de la Cabecera	<input type="text" value="202020"/>	Todo el ancho	<input type="checkbox"/>
Color de pie de página	<input type="text" value="757D82"/>	transparente	<input type="checkbox"/>
Imagen de fondo del pie de página	Seleccionar...	...	
Texto pie de página	<input type="text" value="FFFFFF"/>	Todo el ancho	<input type="checkbox"/>

**Cuerpo**

Color exterior	<input type="text"/>	transparente	<input checked="" type="checkbox"/>
Imagen exterior	Seleccionar...	...	
Posición del cuerpo de la imagen externa	Seleccionar...	Fijo	<input type="checkbox"/>
Body outer image repeat	Seleccionar...		
Color del fondo	<input type="text"/>	transparente	<input checked="" type="checkbox"/>
Imagen de fondo	Seleccionar...	...	
	<small>Se reducirá a un ancho de 1110px. El fondo de la imagen debe estar cerca del color de fondo.</small>		
Área principal	<input checked="" type="radio"/> A la izquierda <input type="radio"/> A la derecha		
Línea de bloques	<input type="text" value="0"/>	<small>0px producir unos bloques redondeados cuadrados.</small>	
Color de fondo	<input type="text" value="FFFFFF"/>	Semitransparente	<input type="checkbox"/>
Color de fondo de zonas integradas	<input type="text" value="FFFFFF"/>		

Figura 27. Configuración de la apariencia gráfica del ticketshop.

## 6. Configuración de productos

### 6.1. Creación de perfiles de producto.

Antes de configurar los productos en sí, es conveniente configurar los perfiles de producto (también se puede hacer a la inversa, crear un producto y luego los perfiles de producto, pero es más intuitivo de la primera manera). Los perfiles de producto son configuraciones que asocian productos a canales de venta. Es decir, mediante su definición determinaremos qué productos se venden en qué canal de venta.

Normalmente asociaremos un perfil de producto a cada canal de venta, siendo posible que un perfil de producto tenga asociado más de un canal de venta.

Para definir un perfil de producto debemos ir al menú “Catálogo” dentro de organismo y pinchar en “Perfiles de producto” dentro del submenú “Otros productos”.



Figura 28. Menú general de perfiles de producto.

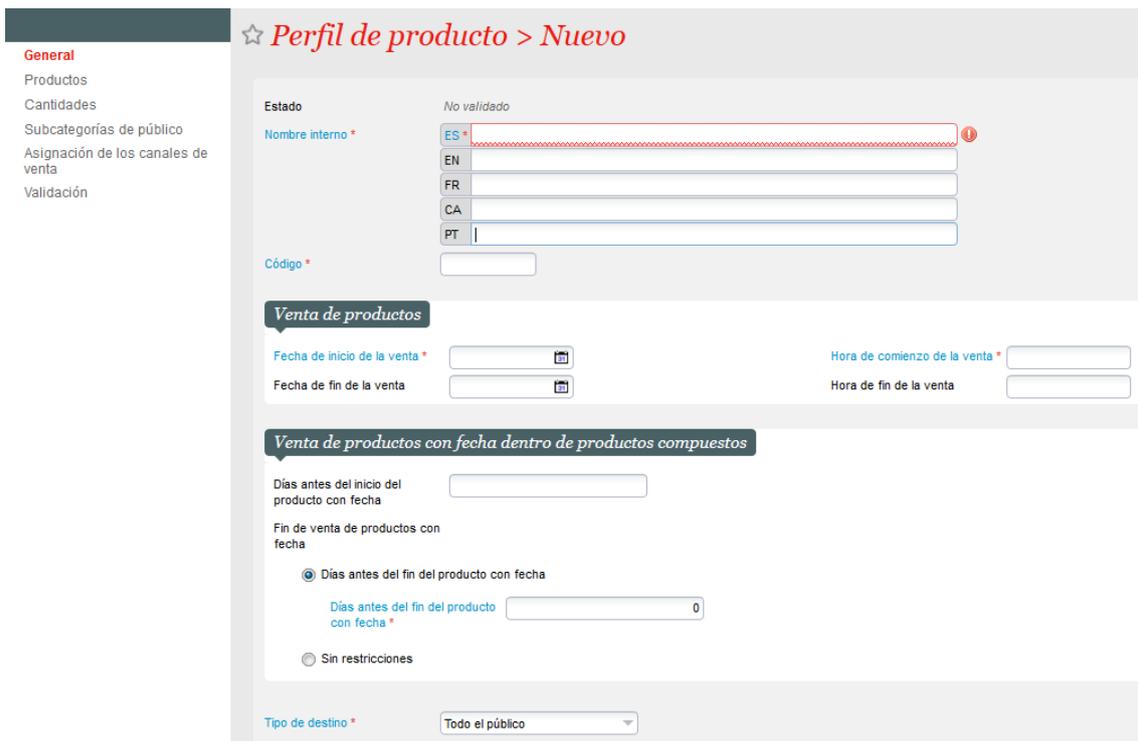


Figura 29. Creación de un nuevo perfil de producto.

Para crear uno nuevo pinchamos en “Nuevo” y completamos los campos que se piden en la ventana emergente:

- “General”:
  - Nombre interno.
  - Código.

- Fecha de inicio de la venta (seleccionar “Hoy”).
- Hora de comienzo de la venta (seleccionar “Hoy”).
- Fecha/hora de fin de la venta (dejar en blanco salvo que se desee que los productos asociados a dicho perfil dejen de venderse en una fecha determinada).
- Días antes del inicio del producto con fecha (dejar en blanco).
- Fin de venta de productos con fecha:
  - Días antes del fin del producto con fecha:
    - Días antes del fin del producto con fecha: En esta opción podemos indicar el número de días en los que deseamos que una determinada sesión de un pase con fecha deje de venderse automáticamente. Por ejemplo, para la actividad de “Inmersión con tiburones” pondremos un 2 para que las sesiones dejen de venderse 2 días antes.
- Tipo de destino: Seleccionamos “Todo el público”.
- “Productos”: Ahora aparecerá vacía, ya que no hemos asociado ningún producto (se asociarán automáticamente una vez creamos el producto y le asociemos un perfil de producto).
- “Cantidades”: Se configura automáticamente.
- “Subcategorías de público”: Aquí añadiremos las subcategorías de público que hayamos creado. Lo habitual es incluir todas las subcategorías salvo que se desee dejar alguna fuera (en cuyo caso seleccionamos “Lista” y vamos pasando las subcategorías de la lista “No asociada” a “Asociada”).
- “Asignación de los canales de venta”: En esta pestaña asociaremos los canales de venta en los que se pondrán a la venta los productos que se añadan posteriormente a este perfil de producto. En principio asociaremos el ticketshop para el gran público pasándolo de la lista de “No asociados” a “Asociados”.
- “Validación”: una vez hayamos completado los datos, debemos validar el perfil de producto.

## 6.2. Creación de pases sin fecha

Tras crear el perfil de producto podemos pasar a crear los pases sin fecha. Para ello vamos al menú “Catálogo” dentro de Organismo y pinchamos en “Pases sin fecha” en el submenú “Visitas libres”.

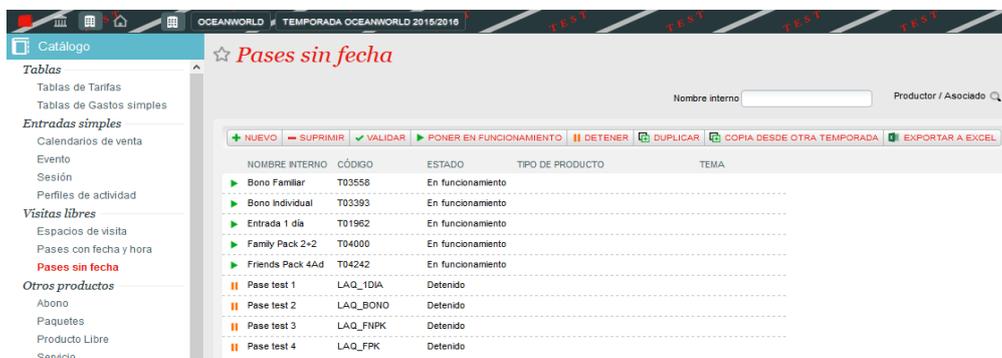


Figura 30. Menú general de los pases sin fecha.

Para crear un nuevo pase sin fecha pinchamos en “Nuevo” y completamos los distintos campos:

- Pestaña “General” (dentro de General):
  - Nombre interno.
  - Nombre público.
  - Nombre público corto.
  - Descripción pública: descripción que se muestra en el ticketshop.
  - Código: **IMPORTANTE**, antes de introducirlo verificar que es el mismo que se usa en el ERP de ASPRO. Este campo no puede ser cambiado una vez se ponga el producto en funcionamiento.
  - Tasta IVA: Seleccionar la opción deseada en el menú desplegable.
  - Umbral de alerta: Porcentaje a partir del cual se mostrará un aviso de “Últimas plazas disponibles”.
  - Tipo de producto (dejar en blanco).
  - Tipo de público: Marcar “Todos los públicos”.
  - Plantilla de entrada (dejar vacío hasta que se cree la plantilla de entrada).
  - Logo 1 (cargar una imagen que se mostrará en el ticketshop como logo del producto). La imagen debe pesar menos de 200KB.
  - URL de descripción Internet: Enlace a una página en la que se incluya la descripción del producto.
  - Cuestionario: si/no. Marcar sí cuando el producto lleve asociado un cuestionario (ver manual sobre creación de cuestionarios).
- Pestaña “Parámetros” (dentro de General):
  - Número de entradas (días):
    - Número de entradas fijadas: determina el número de entradas que se puede hacer con cada pase.
    - Entradas ilimitadas: pensado para los abonos de temporada. En la casilla Núm. De entradas por informe: si se deja en blanco en el export aparecerán todas las veces que el cliente entra en el parque. Alternativamente se puede indicar un número máximo de entradas que aparecerán en el export de ventas indicándolo en este campo.
  - Regla de validez:
    - Pase válido durante cualquier día de la temporada.
    - Pase válido durante un periodo establecido (indicar inicio y fin).
    - Pase válido durante un periodo establecido después de la fecha de compra (esta es la opción a usar para los pases sin fecha).
      - Validez: Marcar 3 meses
      - Con límite del (dejar en blanco).
  - Áreas: Pasar las áreas de un lado a otro para determinar en qué áreas es válido el ticket.
- “Subtema”: dejar tal y como está.
- “Texto de Maqueta”: dejar tal y como está.
- “Cuotas”: aquí aparecerán los tipos de cuota que añadimos al organismo. Pinchando sobre el botón “Cambiar cuota” podremos indicar el número de

entradas disponibles para dicho producto por temporada. Para asegurarnos indicaremos un número muy alto (por ejemplo 10.000.000). En primer lugar deberemos cambiar la cuota de “Todas las cuotas” y posteriormente la del cupo deseado (General en nuestro caso). Si se hace al revés no funciona.

- “Precio básico (EUR)”: en esta pestaña indicaremos el precio para cada una de las subcategorías de público. Pinchamos en el recuadro blanco y escribimos el precio.
- “Tabla de gastos”: Dejamos tal y como está.
- “Perfiles de producto”: Añadimos el perfil de producto que hemos creado anteriormente. Para añadirlo lo pasamos de la lista “no asociados” a “asociados”.
- “Control de acceso”: Dejamos tal y como está.
- Validación: Una vez terminado pasamos a validar el producto.

Una vez terminado y estando seguros de que la configuración es la correcta, deberemos poner en funcionamiento el producto para que aparezca en el ticketshop. Una vez hayamos puesto el producto en funcionamiento no podremos borrarlo ni cambiar el código.

### 6.3. Creación de paquetes

A continuación pasaremos a explicar el proceso a seguir para crear un paquete. Para seguir el formato de la configuración del ERP de ASPRO a la hora de crear un paquete deberemos, en primer lugar, crear una serie de productos base (pases sin fecha) que serán los que añadamos al paquete. Idealmente en Secutix añadiríamos al paquete los mismos productos que se venden de forma individual, pero, puesto que ASPRO necesita que el código del producto que se vende en un paquete sea diferente al del que se vende de forma individual, deberemos crear un nuevo producto que tenga el código necesario para saber que se ha vendido a través de un paquete.

Una vez creados los productos base (importante recordar que no se les debe añadir ningún perfil de producto para que no aparezcan en el ticketshop) pasamos a la configuración del paquete en sí.

Para ello nos vamos al menú “Catálogo” y pinchamos en “Paquetes” dentro del submenú “Otros productos”.



Figura 31. Menú general de los paquetes.

Para crear un paquete nuevo pinchamos en “Nuevo” y completamos los campos de la ventana emergente:

- Pestaña “General” (dentro de General):
  - Nombre interno.
  - Nombre público.
  - Nombre público corto.
  - Descripción pública.
  - Código.
  - Tipo de público: Todos los públicos.
  - Umbral de alerta.
- Pestaña “Parámetros” (dentro de General):
  - Dejar tal y como está.
- “Líneas de paquete”: Aquí añadiremos los productos base que componen cada paquete. Para añadir productos base pinchamos en “Nuevo” y completamos los campos de la ventana emergente:
  - Familia de productos: (Para nuestro caso pases con fecha y hora o pases sin fecha según se desee).
  - Rango: Posición en la que aparecerá dicho producto dentro del paquete (1, 2, 3...).
  - Cantidad: número de productos (si deseamos incluir 4 del mismo tipo no hay que configurar 4 veces el mismo producto sino que incluimos 4 en esta casilla).
  - Pases sin fecha /pases con fecha y hora: Seleccionamos el producto en cuestión de entre la lista desplegable.
  - Líneas: marcar obligatorio si se desea que la adquisición de dicho producto dentro del paquete sea obligatoria.
  - Depende línea: dejar en blanco.
  - Sub-cat de público: Indicar la subcategoría de público para el producto en cuestión.



RANGO	CANTIDAD	FAMILIA DE PRODUCTO	PRODUCTO	ESTADO	SUB-CAT PUBLICO
1	1	Pases sin fecha	Bono Familiar	En funcionamiento	Adulto
1	1	Pases sin fecha	Bono Familiar	En funcionamiento	Adulto
1	1	Pases sin fecha	Bono Familiar	En funcionamiento	Niño
1	1	Pases sin fecha	Bono Familiar	En funcionamiento	Niño

Figura 32. Configuración de las líneas de paquete.

- “Cuotas”: Igualmente añadimos la cuota (si no estuviese ya configurada anteriormente).

- “Subcategorías de público”: añadimos las subcategorías de público (si no estuviesen ya añadidas).
- “Precios básicos de los eventos”: dejar tal y como está ya que no estamos configurando eventos sino pases.
- “Precios básicos de los productos”: aquí indicaremos cuánto costará cada producto dentro del paquete de forma que la suma total de todas las líneas de paquete del precio total del paquete. Para configurar el precio hacemos doble click en cada una de las líneas de paquete que aparecen.
- “Gastos simples”: dejar tal y como está.
- “Categoría de asiento”: dejar tal y como está.
- “Control de acceso”: dejar tal y como está.
- “Perfiles de producto”: añadimos el perfil de producto acorde al canal de venta en el que deseemos poner a la venta el paquete.
- “Validación”: Al terminar validamos el paquete.

Para que el paquete aparezca en el ticketshop debemos ponerlo en funcionamiento desde el menú de paquetes.



Figura 33. Configuración del precio de las líneas del paquete.

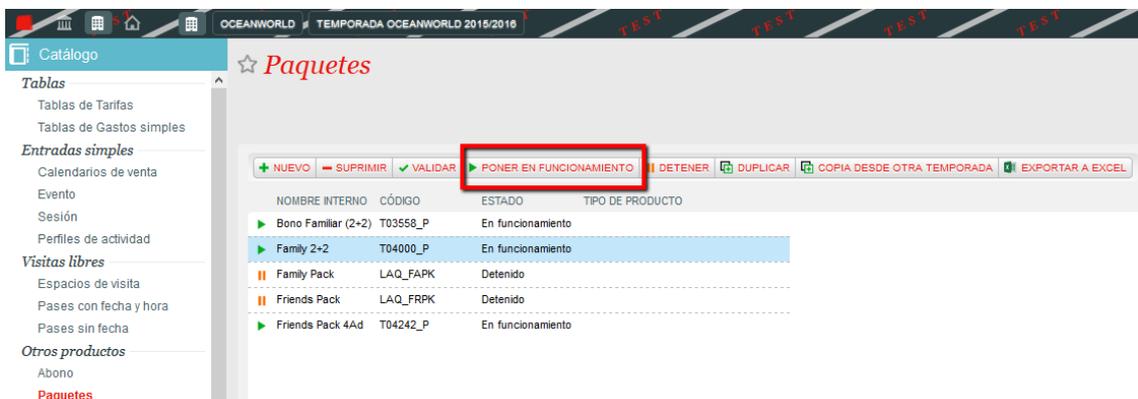


Figura 34. Poner en funcionamiento el paquete para que aparezca en el ticketshop.

#### 6.4. Creación de pases con fecha

Los pases con fecha y hora son pases asociados a sesiones que tienen una fecha y hora asignada (a diferencia de los pases sin fecha que son válidos N meses después de su adquisición).

Primeramente tendremos que crear un tipo de producto para los "Pases con Fecha y Hora". Esto lo llevaremos a cabo en "Organismo> Inicialización> Tipo de Producto> Nuevo".



Figura 35. Creación de un tipo de producto nuevo.

Otra parte de la configuración que tendremos que haber creado es un tipo de tarifa específico para el producto "Pase con Fecha y Hora". Esto lo llevaremos a cabo desde el siguiente panel: "Organismo> Inicialización> Tipo de Tarifa> Nuevo".



Figura 36. Creación de un nuevo tipo de tarifa.

También muy importante será el determinar el tipo de cupo para los pases con fecha y hora. Esto se lleva a cabo en "Organismo> Inicialización> Cupos". En este apartado seleccionamos "Pases con fecha y hora" del menú desplegable de "Familia de productos" y pasamos los cupos necesarios de "cupos disponibles" a "cupos autorizados". Finalmente pinchamos en el icono de guardar en la barra superior tal y como se aprecia en la imagen siguiente.

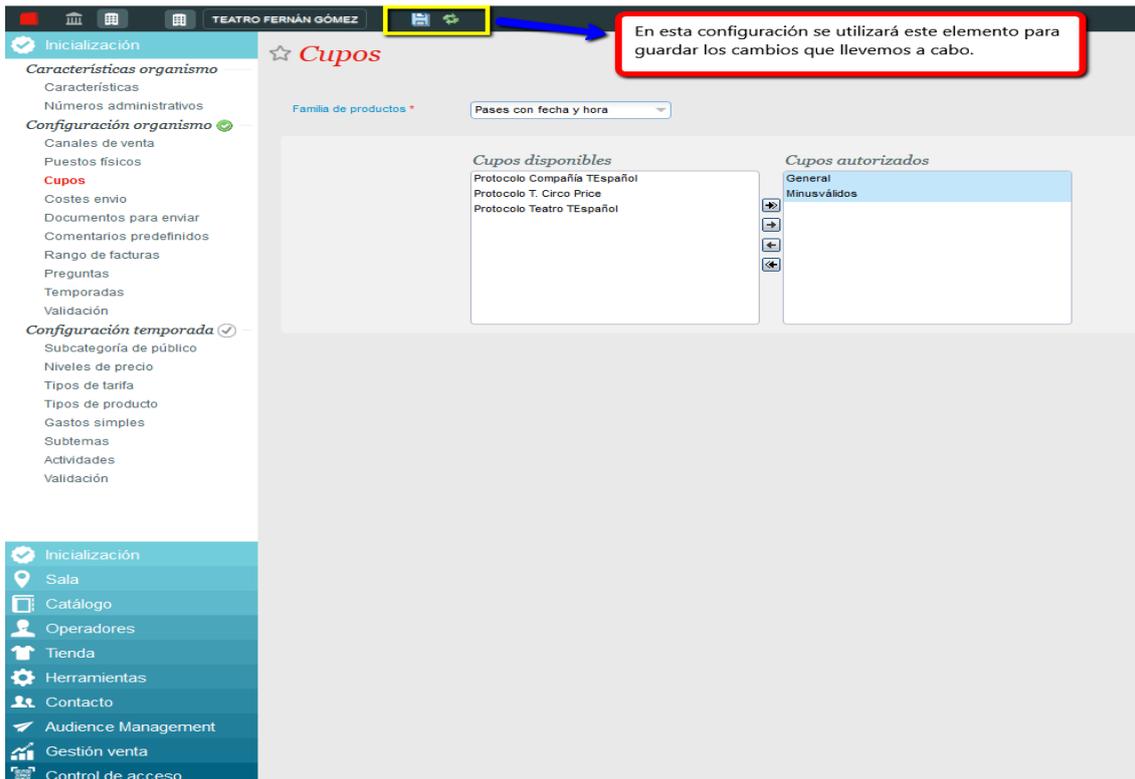


Figura 37. Añadir cupos a los pases con fecha y hora.

En este punto llevaremos a cabo la asociación de los cupos que previamente tengamos creados en "Institución>iniciación> Cupos". Esta asociación será importante y necesaria para la posterior correcta configuración de nuestro cupo.

Una vez tengamos estos pasos previos configurados, pasamos a configurar lo que será nuestro "Pase con Fecha y Hora".

En este punto hay dos posibilidades de configuración del pase junto con su correspondiente "Área de Visita". Aunque explicaremos las dos, nos centraremos en la que creemos es la forma más sencilla y efectiva de crear el pase. La diferencia estriba en la asociación de los horarios, que serán creados en el "Área de Visita" y que posteriormente se asociarán al "Pase con Fecha y Hora".

- Opción 1º de configuración:

Lo primero que creamos será el "Pase con Fecha y Hora". Para llevar esto a cabo lo haremos en: "Organismo> Catálogo> Pases con Fecha y Hora> Nuevo".

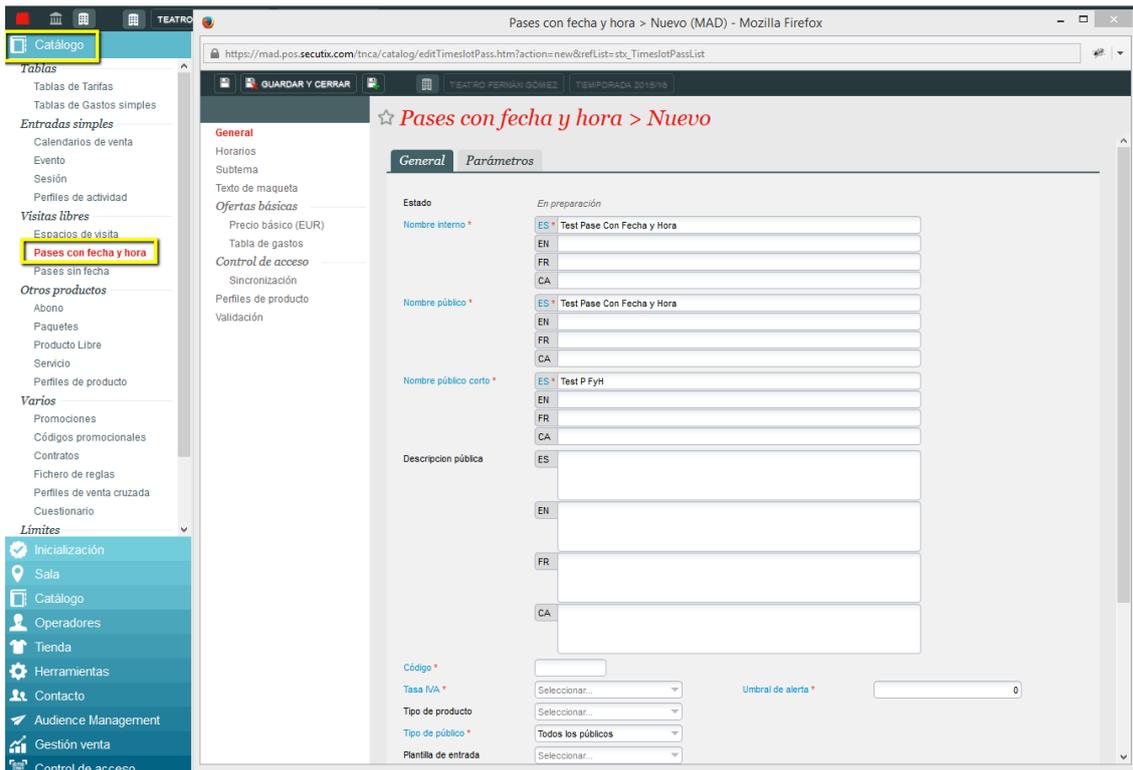


Figura 38. Creación de un nuevo pase con fecha y hora.

Aquí configuraremos la información básica del "Pase con Fecha y Hora". (No podremos validarlo todavía puesto que nos falta asociarle los "Horarios", algo que haremos en el siguiente punto en el "Área de Visitas"). Esta parte es importante, puesto que aquí debemos configurar las características básicas del pase, tales como los "Perfiles del Producto" a los que estará ligado, la "cuota inicial de artículos" que ponemos a la venta, el "precio", etc.

Una vez tenemos esta parte configurada (recordar que no estará del todo lista en esta primera opción de configuración), pasaremos a crear los "horarios" en el "área de visita".

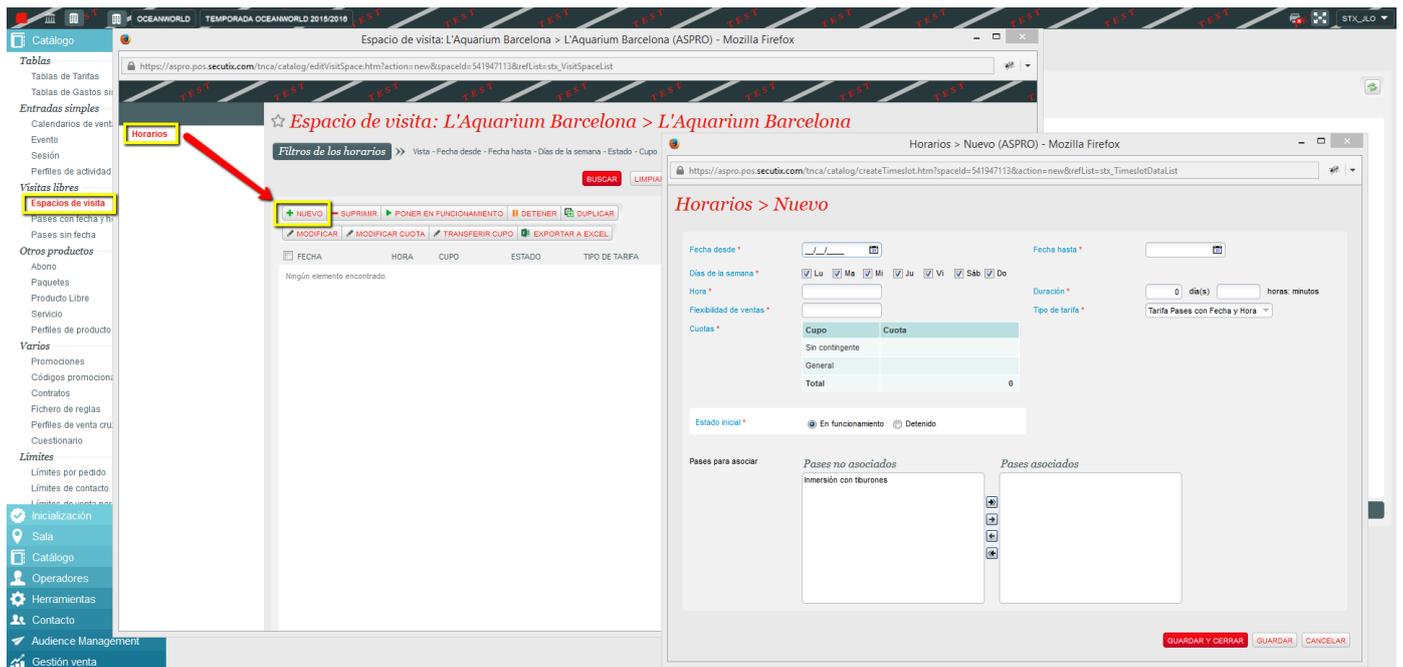


Figura 39. Creación de horarios de las sesiones para un pase con fecha y hora.

Aquí será donde introduzcamos la información básica ligada a cada "Horario". Esta información va desde los días de la semana en que tendremos nuestro pase, la duración del pase, el tipo de tarifa que estará ligada al pase y si este lo ponemos en este punto ya en funcionamiento o lo dejamos detenido.

La diferencia de esta primera forma de configurar un "Pase con Fecha y Hora" está en que en este punto vamos a poder asociar los "horarios" directamente con nuestro pase, como vemos en la parte inferior derecha del panel de configuración de la imagen.

Una vez que tengamos esta información y hayamos seleccionado el pase al que se asociará los horarios que estamos creando en este punto, podremos ir al "Pase con Fecha y Hora", comprobar que se han asociado estos horarios y, ahora sí, validar el pase y ponerlo en funcionamiento.

Con esto habremos creado el "Pase con Fecha y Hora".

- 2ª opción:

La segunda forma de configurar el pase se diferencia de esta en que primeramente realizamos la configuración de los horarios (igual que acabamos de explicar) en el "espacio de visitas"; posteriormente creamos el "Pase con Fecha y Hora" tal y como hemos hecho también aquí.

La diferencia está en que tendremos que, en "Horarios", buscar y añadir los horarios creados al "Pase con Fecha y Hora". El resultado es exactamente el mismo.

## 6.5. Creación de promociones

Las promociones aparecen como ofertas especiales en el ticketshop. Al entrar, el cliente verá el precio original tachado y el precio de la promoción resaltado. Las promociones se hacen sobre productos ya existentes y pueden estar activas el tiempo que se desee.

Para ASPRO, los productos comprados en internet tienen un descuento respecto al precio en taquilla. Por lo tanto, para que los clientes sean más conscientes de dicho descuento se puede configurar una promoción en lugar de rebajar el precio base de cada producto (de esta última manera no aparecería el precio tachado ni se indicaría que es una promoción).

Si se desea por configurar promociones el proceso a seguir es el siguiente.

En primer lugar vamos a “Catálogo->Promociones” dentro del submenú “Varios” siempre en el contexto Organismo.

Para crear una nueva promoción pinchamos en “Nuevo”, en la ventana emergente seleccionamos la familia de productos de la ventaja (pases sin fecha, pases con fecha y hora, etc.) y pinchamos en siguiente. En la ventana emergente completamos los campos que se piden:

- Pestaña “General” (dentro de General):
  - Nombre interno.
  - Nombre público.
  - Código.
  - Tipo de objetivo: público.
  - Código de acceso: dejar en blanco.
  - Valor indicador: dejar en blanco.
  - Fecha y hora de inicio: Marcar sólo sí se añade fecha de fin.
  - Fecha y o hora de fin.
- Pestaña “Parámetros” (dentro de General):
  - Cuota: indicar el número de productos que se pueden vender dentro de la promoción. Si no se desea poner límite indicar un número lo suficientemente alto (por ejemplo, 10.000.000).
  - Limitación por contacto:
    - Un pedido por contacto: Si se desea que la oferta no sea acumulable.
    - Sin límite.
  - Cantidad máxima pedida: si se desea determinar un número máximo de artículos promocionados por pedido.
  - Cupo: si se desea restringir sólo a un cupo determinado.
- Pestaña “Visual asociado” (dentro de general): Permite cargar una imagen asociada a la promoción.
- “Productos”: Aquí se asocian los productos que estarán promocionados.
- “Subcategorías de público”: Aquí se asocian las subcategorías de público que estarán promocionadas.

- “Precio”: aquí indicamos el precio promocionado de cada producto y de cada subcategoría de público. Para ello hacemos doble click en cada producto e indicamos los precios en la ventana emergente.
- “Vector de difusión”: dejar tal y como está.
- “Asignación de los canales de venta”: Aquí se indican en qué canales de venta se aplicará la promoción.

Una vez finalizada la configuración de la promoción debemos recordar poner en funcionamiento la misma para que aparezca en el ticketshop.