

# Manual de instrucciones

## SecuTix 360 Una solución global



Imput.	Informe	Versión	Fecha	Autor(es)	Estado	Visa Secutix	Visa Palau
		0.1		MMO	Activo		

© SecuTix Iberia SL. Este documento es propiedad de SecuTix Iberia SL. y no debe ser copiado o reproducido, usado o dado a terceros sin el consentimiento previo por escrito de SecuTix Iberia SL.

## Tabla de contenidos

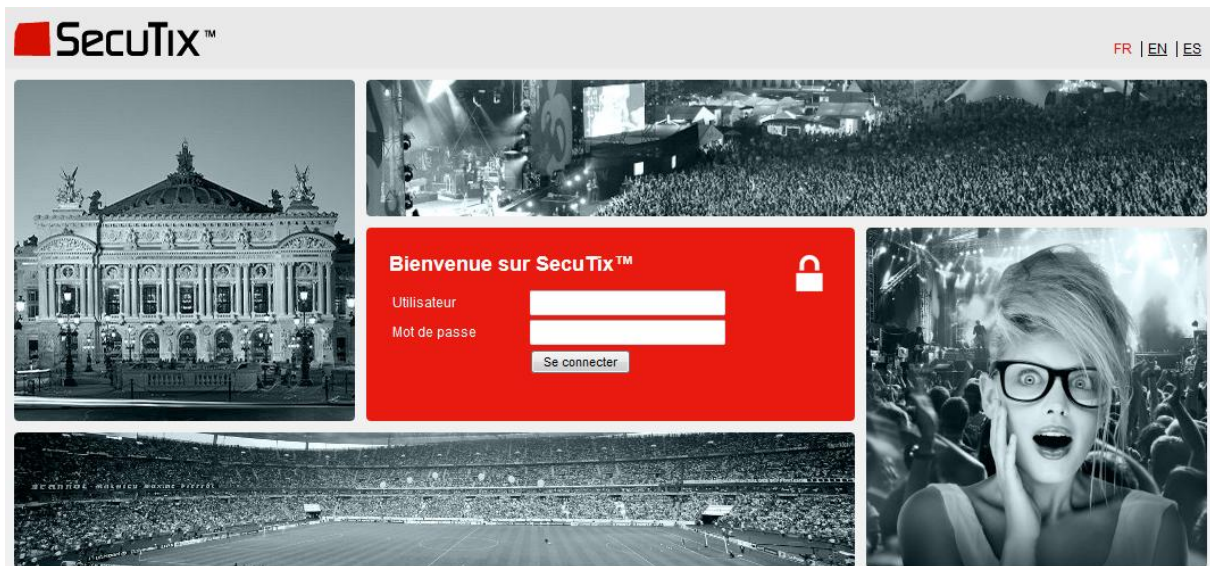
<b>1</b>	<b>Parametrización inicial .....</b>	<b>5</b>
1.1	Acceso a SecuTix.....	5
1.2	Navegación por la aplicación .....	5
1.3	Glosario e iconos.....	6
1.4	Principios de parametrización.....	7
<b>2</b>	<b>Variables.....</b>	<b>9</b>
<b>3</b>	<b>Elementos de institución.....</b>	<b>14</b>
3.1	Características de institución (inicialización).....	14
3.2	Organismos (inicialización).....	15
3.3	Categorías de asiento (inicialización) .....	15
3.4	Modos de pago (inicialización).....	16
3.5	Zonas de entrega (inicialización) .....	17
3.6	Forma de envío (inicialización) .....	17
3.7	Canales de venta (inicialización) .....	17
3.8	Cupos (contingentes) (inicialización) .....	20
3.9	Temas (inicialización) .....	20
3.10	Tipos de documento (inicialización).....	21
3.11	Documentos para enviar (inicialización).....	21
3.12	Gastos generales (tipos de) (inicialización).....	22
3.13	Tablas de gastos generales (inicialización).....	22
3.14	Tasa de IVA (inicialización).....	23
3.15	Tasa de cambio (inicialización).....	23
3.16	Listas de valores (inicialización) .....	24
3.17	Emplazamientos y salas (salas) .....	24
3.18	Configuraciones físicas (salas).....	25
3.19	Perfiles (operadores) .....	26
3.20	Operadores (operadores) .....	26
3.21	Administrador organismo (operadores).....	26
3.22	Plantillas (herramientas) .....	26
3.23	Edición mapa de sala (herramientas) .....	30
<b>4</b>	<b>Elementos de organismo.....</b>	<b>31</b>
4.1	Características organismo (inicialización) .....	31
4.2	Números administrativos (inicialización) .....	31

4.3	Canales de venta (inicialización) .....	32
4.3.1	Punto de venta .....	32
4.3.2	Escaparate .....	36
4.4	Puestos físicos (inicialización) .....	37
4.5	Cupos (inicialización) .....	39
4.6	Costes de envío (inicialización) .....	39
4.7	Documentos para enviar (inicialización) .....	39
4.8	Rango de facturas (inicialización) .....	40
4.9	Preguntas (inicialización) .....	40
4.10	Temporadas (inicialización) .....	40
4.11	Subcategorías de público (inicialización) .....	42
4.12	Niveles de precio (inicialización) .....	43
4.13	Tipos de tarifa (inicialización) .....	43
4.14	Tipos de producto (inicialización) .....	44
4.15	Gastos simples (inicialización) .....	44
4.16	Subtemas (inicialización) .....	44
4.17	Actividades (inicialización) .....	44
4.18	Variables de confort (inicialización) .....	45
4.19	Configuraciones lógicas (sala) .....	45
4.20	Tablas de correspondencia (sala) .....	49
4.21	Tablas de tarifas (catálogo) .....	50
4.22	Tablas de gastos simples (catálogo) .....	52
4.23	<i>Entradas simples (catálogo)</i> .....	52
4.24	Entradas simples -> Calendarios de venta (catálogo) .....	53
4.25	Entradas simples -> Eventos (catálogo) .....	54
4.25.1	Eventos - General .....	54
4.25.2	Eventos -> Variables de comodidad y Subtema .....	56
4.25.3	Eventos -> Calendario .....	57
4.25.4	Eventos -> Asociación de las tablas de tarifas .....	58
4.25.5	Eventos -> Asociación de tablas de gastos simples .....	58
4.25.6	Eventos -> Asociación de los calendarios de venta .....	59
4.25.7	Eventos - Perfiles de actividad .....	59
4.26	Entradas simples -> Visitas (catálogo) .....	59
4.27	Entradas simples -> Sesiones (catálogo) .....	60
4.28	Entradas simples -> Competiciones (catálogo) .....	61

4.29	Entradas simples -> Perfiles de actividad (catálogo).....	61
4.30	Visitas libres (pases) -> Áreas de visita (catálogo).....	62
4.31	Visitas libres (pases) -> Pases con fecha .....	64
4.31.1	Pases con fecha -> General.....	64
4.31.2	Pases con fecha -> Horarios .....	65
4.31.3	Pases con fecha -> Subtema / Texto de maqueta.....	65
4.31.4	Pases con fecha -> Precio básico / Tabla de gastos .....	65
4.31.5	Pases con fecha -> Perfil de producto.....	65
4.32	Límites de venta .....	65
4.33	Visitas libres (pases) -> Pases sin fecha .....	65
4.34	Abono (catálogo) .....	65
4.34.1	Abono -> Tema de abono.....	67
4.34.2	Abono -> Líneas de abono .....	67
4.34.3	Abono -> 'Ofertas básicas' (resto de elementos de configuración).....	68
4.35	Paquetes (catálogo).....	69
4.36	Producto libre (catálogo).....	69
4.37	Servicio (catálogo).....	70
4.38	Bono (cheque regalo) (catálogo) .....	71
4.39	Membresía .....	72
4.40	Perfiles de producto (catálogo) .....	73
4.41	Promociones .....	74
4.42	Códigos promocionales .....	75
4.43	Contratos.....	76
4.44	Fichero de reglas.....	76
4.45	Perfiles de venta cruzada .....	76
4.46	Cuestionario .....	79
4.47	Límites (catálogo) - Por pedido, por agencia, general, globales.....	80
<b>5</b>	<b>Glosario .....</b>	<b>85</b>

## 1 Parametrización inicial



### 1.1 Acceso a SecuTix



Se accede a la aplicación a través del navegador Mozilla Firefox.

Antes de iniciar sesión se elegirá el idioma en el que se quiere utilizar la aplicación durante la sesión.

### 1.2 Navegación por la aplicación

En todo momento se navega en un contexto específico: el contexto institución  o el contexto organismo .

Cada contexto contiene sus propios módulos y funciones, mostrando un menú con cada una de las opciones disponibles.

Los módulos del contexto 'Institución' son:

- Inicialización: parámetros generales del sistema a nivel de institución (canales de venta, categorías, modos de pago, gastos generales)
- Sala: parámetros de emplazamientos, espacios, y configuraciones físicas.
- Operadores: parámetros de operadores de la institución
- Herramientas: parámetros de los mapas de salas y diseños de tickets.

Los módulos del contexto 'Organismo' son:

- Inicialización: parámetros de un organismo, para cada una de las temporadas (actividades, subcategorías de público)
- Tienda: parámetros de una tienda de productos derivados
- Sala: parámetros de las configuraciones lógicas de sala, por temporada.
- Catálogo: parámetros del calendario de temporada, eventos de temporada, tarifas de base, etc.
- Operadores: parámetros de operadores y perfiles de función.

- Herramientas: parámetros y herramientas para la gestión del organismo.
- Gestión de venta: puesta en explotación de una temporada, modificación de cuotas.
- Contactos: creación y modificación de fichas de contacto y gestión de duplicados.
- Recursos: gestión y planificación de visitas.

### 1.3 Glosario e iconos

**Canal de venta:** medio por el que el público puede comprar tickets y productos (taquillas, mensajero, plataforma telefónica, Internet, Fnac, oficina de turismo, agencias, ...). Existen canales de venta que acceden directamente al sistema de billetería, y canales que no acceden acceso y trabajan contra cuotas.

**Categoría de asiento:** característica principal y obligatoria de una plaza numerada o de una zona sin numerar. Esta categoría está asociada con el grado de visibilidad y calidad de audición de la plaza, y permite asociarle fácilmente una tarifa.

**Cuota:** prerreserva de un número de plazas o zonas, para un evento determinado, para asignación a ciertas categorías o a ciertos canales de venta.

**Subcategoría de público:** medio de diferenciación del público en función de su relación con el organismo (contacto, colectividad, grupo) y en función de su status (tarifa completa, tarifa reducida, infantil, jubilado, desempleado).

**Punto de venta:** lugar específico perteneciente a un canal de venta interno en el que se puede realizar una venta. Toda petición, regulación, impresión y venta de un ticket se realiza a través de un punto de venta.

**Puesto físico:** aparataje completo que permite definir un punto de venta.

**Institución:** entidad jurídica que ha adquirido con SecuTix el servicio de venta de billetes. Puede tener encargada la venta de uno o más organismos. Aparte de la forma jurídica, la institución es un módulo de configuración que agrupa un cierto número de elementos a configurar.

**Organismo:** entidad jurídica que produce, gestiona y organiza eventos culturales o deportivos, y dispone de un sistema de billetería. El organismo está a cargo de la institución de la que depende.

**Temporada:** es un periodo de tiempo (generalmente de un año) en el que agrupar la organización de las diferentes actividades de un organismo.

**Actividad:** conjunto de eventos del mismo tipo (definido para una temporada y un organismo).

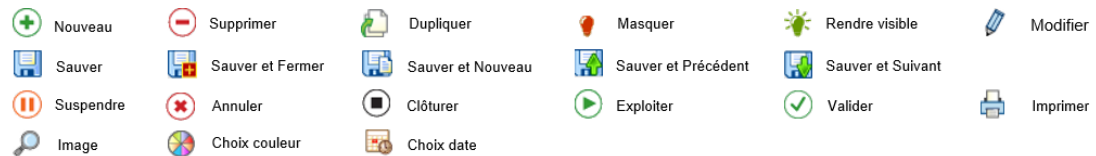
▪ **Les icônes « Contexte »**



▪ **Les icônes « Profil »**



▪ **Les icônes « Métier »**



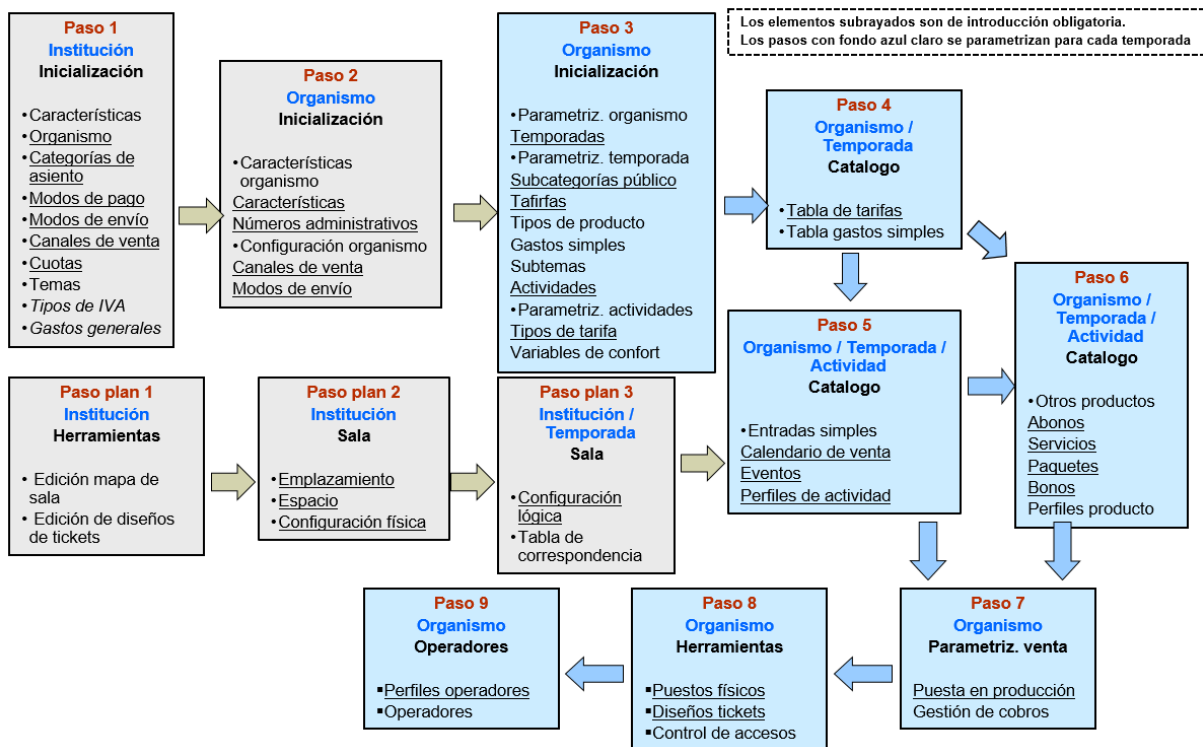
▪ **Les icônes « Module »**



▪ **Les icônes « Etat »**



## 1.4 Principios de parametrización



Hay que distinguir dos tipos de parametrización

1. La parametrización 'de base' o preparametrización, realizada por los administradores en el momento de la instalación/activación del producto. Y que comprende la definición de medios de pago, emplazamientos, categorías de público y planos de sala.
2. La parametrización de las temporadas, que son las que realiza cada año el organismo.

Se necesita validar sistemáticamente cada paso de parametrización. Esta validación permite la verificación inicial de todos los atributos de las entidades.

Cada capítulo del menú de inicialización puede validarse independientemente del resto, pero todos deben ser validados o puestos en funcionamiento antes de estar disponible la venta.

Una vez realizada la validación inicial de una entidad, los cambios subsiguientes son aplicados automáticamente sin necesidad de validación posterior.



## 2 Variables

Las variables permiten la referenciación de los valores configurados a través de la aplicación. Por ejemplo, en la configuración de los tickets.

Debemos tener cuidado ya que las variables aparecen traducidas según el idioma con que hallamos accedido a la aplicación.

Las variables de tipo texto disponibles son:

Francés	Español	Comentario
\$Access_code	\$ent_code	Acceso -> código
\$Acces_nomPublic	\$ent_externalName	Acceso -> Nombre público
\$Activite_numeroLicence	\$act_licenseNumber	Acceso -> número de licencia
\$Activite_numeroLicenceDiffuseur	\$act_distrLicenseNum	
\$Activite_numeroLicenceExploitant	\$act_explLicenseNum	
\$Activite_numeroLicenceProducteur	\$act_prodLicenseNum	
\$Article_nom	\$itm_externalName	Artículo -> nombre
\$Billet_codeFiliere	\$tkc_salesChannelCode	Ticket -> código de canal de venta
\$Billet_codePostePhysique	\$tkc_physicalDeskCode	Ticket -> código de puesto físico
\$Billet_codeVisuel	\$tkc_visualCode	Sin uso
\$Billet_dateEdition	\$tkc_generationDate	
\$Billet_duplicata	\$tkc_duplicate	Muestra 'verdadero' o 'falso'
\$Billet_heureEdition	\$tkc_generationTime	
\$Billet_nomBaseDonnees	\$tkc_databaseName	
\$Billet_nomConnexion	\$tkc_userName	
\$Billet_numeroFiscal	\$tkc_taxNumer	
\$Billet_numeroPointVente	\$tkc_pointOfSalesNumber	Ticket -> número de punto de venta
\$Billet_texteCodeBarres	\$tkc_barcodeText	Código de barras del ticket
\$Bon_identifiant	\$vou_identifier	Bono -> identificador
\$Bon_valeur	\$vou_value	Bono -> valor No es de fácil lectura. Se debe incluir \$Billet_texteCodebarres, si se quiere hacer control de acceso sobre el
\$CategoriePlaceLogique_code		Categoría de asiento lógico -> Código
\$CategoriePlaceLogique_nomPublic	\$lsc_externalName	Categoría de asiento lógico -> nombre público
\$CategoriePlaceLogique_numeroCategorie	\$lsc_seatCatNum	Categoría de asiento lógico -> número de categoría (rango)
\$CategoriePublic_categoryPrincipale	\$auc_mainCategory	Muestra valores de 'Ocasional', 'Miembro', e 'Invitado'.
\$CategoriePublic_code	\$auc_code	
\$Contact_civilite	\$ctc_title	Contacto -> título
\$Contact_codePostal	\$ctc_zipCode	Contacto -> código postal
\$Contact_complementLocalite	\$ctc_townComplement	
\$Contact_langue	\$ctc_preferredLanguage	Contacto -> idioma preferido
\$Contact_localite	\$ctc_town	Contacto -> localidad

<b>\$Contact_nom</b>	\$ctc_name	Contacto -> apellido
<b>\$Contact_nomStructureRelais</b>	\$ctc_relayStructureName	
<b>\$Contact_numero</b>	\$ctc_number	Contacto -> número
<b>\$Contact_pays</b>	\$ctc_country	Contacto -> país
<b>\$Contact_prenom</b>	\$ctc_firstName	Contacto -> nombre
<b>\$Contact_pseudonyme</b>	\$ctc_nickname	
<b>\$Contact_typeHandicap</b>	\$ctc_handicapType	
<b>\$Contingent_code</b>	\$ctg_code	Cupo -> código
<b>\$Espace_code</b>	\$spc_code	
<b>\$Espace_nomPublic</b>	\$spc_externalName	
<b>\$Evenement_complementNom</b>	\$evt_nameAddon	
<b>\$Hospitalite_codeProduit</b>	\$hsp_productCode	Hospitalidad -> código de producto
<b>\$Hospitalite_emplacementSalle</b>	\$hsp_roomLocation	
<b>\$Hospitalite_emplacementZone</b>	\$hsp_areaLocation	
<b>\$Hospitalite_etageSalle</b>	\$hsp_roomFloor	
<b>\$Hospitalite_nomPublicBundle</b>	\$hsp_bundleExternalName	
<b>\$Hospitalite_nomPublicProduit</b>	\$hsp_productExternalName	Hospitalidad -> nombre público de producto
<b>\$Hospitalite_nomSalle</b>	\$hsp_roomExternalname	
<b>\$Hospitalite_nomZone</b>	\$hsp_areaExternalName	
<b>\$Hospitalite_numeroTable</b>	\$hsp_tableNumber	
<b>\$Hospitalite_vueTerrainSalle</b>	\$hsp_roomPitchView	
<b>\$Hospitalite_vueTerrainZone</b>	\$hsp_areaPitchView	
<b>\$Institution_adresse1</b>	\$ins_street1	Institución -> dirección 1
<b>\$Institution_adresse2</b>	\$ins_street2	Institución -> dirección 2
<b>\$Institution_adresse3</b>	\$ins_street3	Institución -> dirección 3
<b>\$Institution_code</b>	\$ins_code	Institución -> código
<b>\$Institution_codePostal</b>	\$ins_zipcode	Institución -> código postal
<b>\$Institution_complementLocalite</b>	\$inst_townComplement	
<b>\$Institution_langue</b>	\$ins_language	Institución -> idioma
<b>\$Institution_localite</b>	\$ins_town	Institución -> localidad
<b>\$Institution_nomPublic</b>	\$ins_externalName	Institución -> nombre público
<b>\$Institution_pays</b>	\$ins_country	Institución -> país
<b>\$Montant_devis</b>	\$amt_currency	Importe -> moneda
<b>\$Montant_montantFraisSimple</b>	\$amt_charges	Importe -> gastos simples
<b>\$Montant_montantPlaces</b>	\$amt_unitAmount	
<b>\$Montant_montantSansTva</b>	\$amt_withoutVatAmount	Importe -> importe sin IVA
<b>\$Montant_montantTotal</b>	\$amt_amount	Importe -> importe total
<b>\$Montant_tva</b>	\$amt_vat	Importe -> IVA
<b>\$Mouvement_dateFinValidite</b>	\$mvt_endDate	Sólo usado por los bonos.
<b>\$Mouvement_nomBeneficiaire</b>	\$mvt_beneficiaryFirstName	Nombre del contacto cultural asociado al ticket.
<b>\$Mouvement_dateNaissanceBeneficiaire</b>	\$mvt_beneficiaryBirthDate	
<b>\$Mouvement_nationaliteBeneficiaire</b>	\$mvt_beneficiaryNationality	

<b>\$Mouvement_passeportBeneficiare</b>	\$mvt_beneficiaryPassport	
<b>\$Mouvement_prenomBeneficiare</b>	\$mvt_beneficiaryName	
<b>\$Mouvement_dateDebutValidite</b>	\$mvt_startDate	Sólo usado por los bonos.
<b>\$Mouvement_numeroInstance</b>	\$mvt_instanceNumber	
<b>\$NiveauxPrix_code</b>	\$opn_privilegeLevelCode	Operación -> código de nivel de precio
<b>\$Operation_Horaire</b>	\$opn_timetable	Sólo se usa para pases.
<b>\$Operation_codeFiliereCommande</b>	\$opn_orderSalesChannelCode	
<b>\$Operation_date</b>	\$opn_date	Operación -> fecha
<b>\$Operation_dateCreneau</b>	\$opn_timeslotDate	Sólo se usa para pases.
<b>\$Operation_dureeCreneau</b>	\$opn_timeslotDuration	Sólo se usa para pases.
<b>\$Operation_heureCreneau</b>	\$opn_timeSlotTime	Sólo se usa para pases.
<b>\$Operation_numero</b>	\$opn_number	No se utiliza.
<b>\$Operation_numeroCommande</b>	\$opn_orderId	
<b>\$Operation_numeroDossier</b>	\$opn_fileId	
<b>\$Operation_tauxTva</b>	\$opn_vatRate	
<b>\$Organisme_adresse1</b>	\$org_street1	Organismo -> dirección 1
<b>\$Organisme_adresse2</b>	\$org_street2	Organismo -> dirección 2
<b>\$Organisme_adresse3</b>	\$org_street3	Organismo -> dirección 3
<b>\$Organisme_code</b>	\$org_code	Organismo -> código
<b>\$Organisme_codePostal</b>	\$org_zipcode	Organismo -> código postal
<b>\$Organisme_complementLocalite</b>	\$org_townComplement	
<b>\$Organisme_localite</b>	\$org_town	Organismo -> localidad
<b>\$Organisme_nomPublic</b>	\$org_externalName	Organismo -> nombre público
<b>\$Organisme_pays</b>	\$org_country	Organismo -> país
<b>\$Place_allee</b>	\$phs_alley	Asiento -> ¿fila?
<b>\$Place_bloc</b>	\$phs_block	Asiento -> bloque
<b>\$Place_classification1</b>	\$phs_classification1	Asiento -> clasificación 1
<b>\$Place_classification2</b>	\$phs_classification2	Asiento -> clasificación 2
<b>\$Place_numero</b>	\$phs_row	Asiento -> número
<b>\$Place_numeroRangee</b>	\$phs_nb	
<b>\$Place_remarquePlace</b>	\$phs_remark	
<b>\$Place_visibiliteScene</b>	\$phs_stageVisibility	Asiento -> visibilidad de escenario
<b>\$Place_visibiliteSurtitrage</b>	\$phs_titlingVisibility	Asiento -> visibilidad de subtítulos
<b>\$Prestataire_nom</b>	\$ctr_externalName	
<b>\$ProduitCompose_code</b>	\$cpp_code	Producto compuesto -> código
<b>\$ProduitCompose_descriptionPublique</b>	\$cpp_publicDescription	Producto compuesto -> descripción pública
<b>\$ProduitCompose_nomPublic</b>	\$cpp_externalName	Producto compuesto -> nombre público
<b>\$ProduitCompose_nomPublicCourt</b>	\$cpp_shortName	Producto compuesto -> nombre público corto
<b>\$Produit_code</b>	\$prd_code	Producto -> código
<b>\$Produit_descriptionPublique</b>	\$prd_publicDescription	Producto -> descripción pública
<b>\$Produit_nomPublic</b>	\$prd_externalName	Producto -> nombre público
<b>\$Produit_nomPublicCourt</b>	\$prd_shortName	Producto -> nombre público corto

\$Produit_nombreEntrees	\$prd_entryQuantity	
\$Qualite_code	\$sqt_code	
\$Qualite_nomPublic	\$sqt_externalName	Muestra los valores 'asiento', 'sillón', 'silla de ruedas', 'silla', 'asiento abatible'.
\$Saison_code	\$ssn_code	Sesión -> código
\$Saison_nomPublic	\$ssn_externalName	Sesión -> nombre público
\$Seance_date	\$prf_startTime	Temporada -> fecha de inicio
\$Seance_dateDefinitive	\$prf_finalDate	Temporada -> fecha de fin
\$Seance_duree	\$prf_duration	Temporada -> duración
\$Seance_equipeAdverse	\$prf_opposeTeam	Temporada -> equipo rival
\$Seance_equipeHote	\$prf_hostTeam	Temporada -> equipo local
\$Seance_heure	\$prf_startDate	
\$Seance_journee	\$prf_round	
\$Seance_numeroEntractes	\$prf_numberOfBreaks	
\$Seance_typeTarif	\$prf_rateType	
\$Site_adresse1	\$ste_street1	
\$Site_adresse2	\$ste_street2	
\$Site_adresse3	\$ste_street3	
\$Site_code	\$ste_code	
\$Site_codePostal	\$ste_zipcode	
\$Site_complementLocalite	\$ste_townComplement	
\$Site_localite	\$ste_town	
\$Site_nomPublic	\$ste_externalName	
\$Site_pays	\$ste_country	
\$SourCategoriePublic_code	\$asc_code	
\$SourCategoriePublic_nomPublic	\$asc_externalname	
\$SourCategoriePublic_sorteType	\$asc_audienceKindType	
\$Texte_libre_1	\$cmf_txtMaq1	Texto libre 1 (variable de confort)
\$Texte_libre_2	\$cmf_txtMaq2	Texto libre 2 (variable de confort)
\$Texte_libre_3	\$cmf_txtMaq3	Texto libre 3 (variable de confort)
\$Texte_libre_4	\$cmf_txtMaq4	Texto libre 4 (variable de confort)
\$Texte_libre_5	\$cmf_txtMaq5	Texto libre 5 (variable de confort)
\$Texte_libre_6	\$cmf_txtMaq6	Texto libre 6 (variable de confort)
\$Zone_code	\$pha_code	
\$Zone_etage	\$pha_floor	
\$Zone_nomPublic	\$pha_externalName	

Las variables, según el sitio, pueden someterse a unas fórmulas de formato. Se citan aquí las que están disponible en el diseño de las plantillas de tickets:

- un parámetro se sustituye por su valor llamándolo de la forma  $\${parámetro; atributos}$
- la lista de atributos es opcional, y pueden usarse varios separados por ';'. Son:
  - min=xxx -> trunca los xxx primeros caracteres del texto
  - max=xxx -> trunca todos los caracteres tras el número xxx
  - upperCase -> transforma el texto a mayúsculas

- lowerCase -> transforma el texto a minúsculas
- format=xxx -> define el formato de una cifra o fecha.
- language=Codelso -> para fechas define el idioma en que será definida
- los parámetros para número que admite *format* son:
  - 0 -> para una cifra
  - # -> para varias cifras
  - , -> separador de miles
  - . -> separador decimal
- los parámetros para fechas que admite *format* son:
  - y -> año
  - M -> mes
  - d -> día del mes (numérico)
  - E -> día de la semana (texto)
  - H -> hora
  - m -> minuto
  - s -> segundo

### 3 Elementos de institución

A través de los siguientes apartados, se describen las funciones existentes para la definición de los elementos generales necesarios en SecuTix 360°. Una característica común en toda la aplicación es la necesidad de validar las configuraciones hechas, en las opciones 'Validar' presentes al final de cada bloque.

Debe tenerse presente que hasta el momento en que se valida una sección, los datos de esta sección no se considerarán de forma final como datos válidos para el resto de las secciones posteriores de la aplicación. 'Secciones posteriores' puede considerarse en orden de aparición, ya que el orden de configuración que se sigue en la aplicación es el mismo con que se presentan los menús, a través de cada una de las secciones.

En cualquier momento una validación puede fallar si alguno de los datos contenidos en los elementos configurados son incompletos o incompatibles. En este caso, deberá prestarse atención al mensaje de error que emita el sistema para saber dónde hay que revisar la configuración.



#### 3.1 Características de institución (inicialización)

Es el lugar donde se configura la información básica de la institución. Especialmente relevantes es el 'Logo público' que más tarde se mostrará en diversos sitios.

En la pestaña de 'Dirección' es conveniente establecer bien los datos de la institución, ya que luego pueden ser mostrados en páginas públicas, informes, y serán parte de las variables disponibles para la impresión de formularios y tickets.

La pestaña 'Idiomas' permite establecer los idiomas internos y externos de la aplicación. El idioma por defecto será el idioma en que será necesario al menos introducir la información en cada caso, y que se copiará automáticamente (en tiempo de uso, no en interfaz) para los valores de las etiquetas que no hayan sido definidos en el idioma de uso.



Idiomas externos son aquellos en que se permitirá navegación en TicketShop (Internet), y los internos en que se permitirá el uso en del interfaz SecuTix.

Las 'Divisas autorizadas' son una forma de admitir más de una moneda para la definición de precios. Sin embargo, ha de advertirse dos cosas: una, que en el momento de pago en TPVs en Internet (que suele ser la forma de pagar internacionalmente en la mayor parte de proyectos) la conversión de moneda ya la suele hacer el banco del TPV en tiempo real; dos, que el tipo de cambio que se aplica en SecuTix es de tipo fijo, y no se guarda historial sobre el mismo. La implicación de estos puntos es que salvo que en un mismo sitio físico, por ejemplo taquillas, se pretenda admitir el pago en metálico en dos monedas, no es conveniente declarar el uso divisas para un proyecto.

### 3.2 Organismos (inicialización)


Es el lugar donde damos de alta y configuramos por primera vez los Organismos. Típicamente un proyecto tendrá un número de organismos acordados por contrato, por lo que no es necesario pensar en generar uno y rellenar sus opciones desde cero.

Las opciones mostradas son un subconjunto de las que se pueden ver bajo la opción de *Organismo -> Inicialización -> Características organismo -> Características*, por lo que debe referirse a la sección correspondiente para entender las opciones editables.

### 3.3 Categorías de asiento (inicialización)

Las categorías de asiento, tal como resulta intuitivo, permiten definir diferentes categorías de sitio, de forma que luego se les pueda aplicar una tarifa diferente. Por extensión de significado, podemos decir que son categorías de asiento (teatros, cines), o de acceso (estadios o zonas en conciertos).

Las categorías de asiento de este apartado son comunes a toda la aplicación, por lo que su modelado debe ser suficientemente claro, potente y a la vez sencillo como para no comprometer la usabilidad y configurabilidad del sistema. La recomendación es definir algo como categorías A, B, C, D .... (o 1, 2, 3, ...) y alguna extra para grupos que puedan ser especiales.



*Categoría de asiento > 2*

Rango \*  (1 a 99)

Nombre \*

Color de fondo \*

Color de texto \*

Estado

Para entender el motivo de esto, basta decir que al definir tablas de tarifas encontraremos como columnas las categorías de acceso, con lo que si definimos un número excesivo las tablas se harán confusas y difíciles de gestionar.

Estas categorías de asiento las ligaremos posteriormente a categorías de asiento lógicas a nivel de configuración lógica. Es decir, en el mapa con distribución de asientos que se aplicará finalmente a un evento, definiremos categorías de asiento de esa distribución que se ligaran con las categorías de asiento 'absolutas' que hemos definido en esta sección. Por ejemplo: platea filas 1 a 10 es categoría a, platea filas 11-20 es igual a categoría b, primer piso filas 1 a 5 es categoría b (también), y primer piso filas 6 a 15 es categoría c.

RANGO	CATEGORÍA DE ASIENTO	NOMBRE INTERNO	CÓDIGO	COLOR
1	2	Platea A	PlateaA	Texto
2	1	Platea B	PlateaB	Texto

*Relación de categoría de asiento con categoría de asiento lógica*

El campo de rango es para indicar el orden en que se mostrará la lista de categorías, haya donde sea necesario mostrarlo. El color de fondo y letra también puede utilizarse para darle significado a la presentación de categorías.

Debe tenerse en cuenta que la relación se realiza una a una; es decir, una categoría de asiento sólo puede asociarse a una categoría lógica.

Categoría de asiento: rango, nombre, color de letra, color de fondo.

### 3.4 Modos de pago (inicialización)

Sirve para definir modos de pago que se admitirán para registro en SecuTix. Posteriormente, se asignarán a nivel de punto de venta, no a nivel de canal de venta. Esto puede servir, por ejemplo, para definir que en taquillas cualquiera puede cobrar con tarjeta excepto una línea de taquilla que también pueda cobrar en efectivo.

El campo **Tipo** define el tipo de que se tratará. Las opciones son: cheque, cancelar cheque, tarjeta de crédito, cancelar tarjeta de crédito, transferencia bancaria, saldo a favor, cuenta bancaria, cupón externo, contramarca, externa, y bono SecuTix.

<input type="button" value="+ NUEVO"/> <input type="button" value="- SUPRIMIR"/> <input type="button" value="■ OCULTAR"/>					
NOMBRE INTERNO	CÓDIGO	TIPO	PAGO	REEMBOLSO	PREDETERMINADO
Cheque	Chèque	Cheque	sí	no	no
Cheque regalo	CheqKDO	Bono Secutix	sí	no	no
Chèque vacances	ChèqVac	Cupón Externo	sí	no	no
Efectivo	Espèces	En efectivo	sí	sí	sí
Nota de crédito	SoldAv	Saldo a favor	sí	sí	sí
Tarjeta de crédito	CB	Tarjeta de crédito	sí	sí	no
Transferencia ban...	CptAtt	Cuenta transitoria	sí	sí	sí

Debe tenerse en cuenta que el que se marque un tipo específico no significa que SecuTix realmente gestione la transacción de esa manera; sino que permite registrar que la transacción se ha hecho de esa manera. Las excepción a esto es el pago con tarjeta de crédito (que se admite por TPV para internet) y en algún caso específico en taquilla al usar un modelo determinado de terminal.

En la pestaña de *Parámetros* las opciones disponibles son:

- venta disponible: para indicar si es un medio que se admite para venta.
- reembolso disponible: para indicar si es un medio que se admite para cancelación.
- dar cambio autorizado: para indicar que permite retorno de montante ante entrega de cantidad no exacta.
- excedente de pago autorizado: NOTA.
- autorizado pago múltiple: indica si este medio puede formar parte de un pago en el que se usen diversos medios de pago al mismo tiempo.
- pago autorizado en la divisa del portador: a usar sólo si tenemos más de una divisa dada de alta.

No todos los parámetros están disponibles para todos los tipos de medios de pago; se habilitan o no según la naturaleza de los mismos, por motivo de que tengan significado real. Para algunos tipos de medios de pago, existe también una opción para pagos fraccionados, cuya especificación cae fuera del alcance de este manual. NOTA.

Modo de pago: nombre interno, nombre externo, código, tipo, venta disponible, reembolso disponible, dar cambio autorizado, excedente de pago autorizado, autorizado pago múltiple, pago autorizado en la divisa del portador.



### 3.5 Zonas de entrega (inicialización)

Permite definir zonas de entrega por países, de forma que luego se asocien en las *formas d envío*. Por ejemplo: EMEA, que incluiría los países de Europa, Oriente Medio, y Asia.

Zonas de entrega: nombre interno, nombre público, código, países de pertenencia (lista).

### 3.6 Forma de envío (inicialización)

Permite definir las formas de envío de una compra o documento. Los tipos definibles son los que se ligarán más tarde a los medios físicos integrados en el sistema (móvil, térmico, A4, tarjeta RFID).

En la sección de parámetros se puede indicar si la forma es válida para compras, para documentos, y las zonas de envío (nacional / internacional / todo / una zona a elegir), más los días que deben respetarse frente a la compra para poder optar al envío.

Las formas habituales que se dejan definidas son:

- inmediato: es decir, que suele corresponder con el formato térmico.
- print@home: impresión PDF en A4.
- tarjeta RFID: utilizada principalmente para abonos o tarjetas de membresía.
- e-mail: hace referencia a enviar un e-mail de aviso, pero el ticket es descargable de forma print@home desde el espacio personal del TicketShop. Los tickets no se envían por e-mail automáticamente, por motivos de seguridad.
- móvil (en algunos casos): para recepción en los móviles, con formato especial adaptado a la pantalla (y que se suele diseñar con un código de barras 2D / QR).

TODO_ES DHL
Impresión desde casa
Mensajero
Correo certificado
Correo ordinario
Entregado a control
Entrega diferida al contacto
Entrega inmediata
Correo electrónico
Teléfono móvil
Electrónico

Formas de envío: nombre interno, nombre público, código, tipo, descripción pública, disponible para entradas (sí/no), disponible para documentos (sí/no), rango, internacional (sí / no / indiferente / zona), [zona de entrega], [inicio periodo (días antes visitas)], [fin de periodo (días después visitas)].

### 3.7 Canales de venta (inicialización)

Los canales de venta son las 'vías' por los que se va a vender la oferta inserta en SecuTix. Debido al diferente uso que cada uno hace del término 'canal de venta' es importante ceñirse a la definición y uso que se le da en el ámbito de uso de SecuTix 360°.

Simplificando por medio de ejemplos, podemos decir que un canal de venta será uno de los siguientes:

- un TicketShop de internet. Es decir, una página de internet donde se verá la oferta y se podrá, dependiendo de qué tipo de canal sea, comprar, reservar, distribuir, consultar compras, y/o gestionar un espacio personal de direcciones, datos y personas. En caso de ser un TicketShop B2C ('business to customer', minorista), las opciones estarán más limitadas; en caso de ser un TicketShop B2B ('business to business', mayorista o distribución) las opciones incluirán la reservas, la petición de opciones y otras.
- una taquilla, una despacho de oficinas, atención por teléfono, .... : son espacios desde los que una persona perteneciente a la estructura del cliente SecuTix atienden la venta de entradas. Por tanto, han de tener acceso al interfaz completo de ventas, mucho más potente que el ofrecido para internet y que incluyen elementos para consultar expedientes, contactos y cualquier otra información necesaria para la labor.

Canal  Interno  Externo

Tipo \*

Organismo responsable \*

Cupos

Estado

Agencia

Correo

Taquillas

Internet flash

Teléfono

Caja indiv

Punto de venta

Interfaz en tiempo real

Tienda de merchandising

Internet gran público

Internet empresa

Internet agencia

Espacio productor/socio

*Cupos autorizados*

Fuera de cupo

Abonados

Discapacitados

General

Grupos

Internet

Médicos / Sanitarios

Protocolo

Taquilla

VIP

Los proyectos en SecuTix suelen venderse a un número (visualmente) externo limitado de canales. Sin embargo, por si se usara alguno interno o si fuera necesario que el cliente generase uno propio, debe tenerse en cuenta que siempre se definirán canales de los definidos como internos (se pregunta al pinchar sobre el botón 'nuevo'). Los canales que se definen externos nacen todos de integraciones de programación, y no son utilizables directamente sin configuración por parte del personal de SecuTix.

Los tipos principales en los que fijarse son:

- Internet gran público: el TicketShop 'normal y corriente' (B2C).
- Internet empresa: TicketShop orientado a mayorista (B2B).
- Internet agencia: TicketShop orientado a agencias (bajo volumen de movimiento).
- Taquillas: para las taquillas habituales de venta.
- Teléfono: habilita un interfaz similar a taquillas, pero más adaptado a esta forma de venta.
- Tienda de merchandising: orientado exclusivamente a la venta de productos que se pueden dar de alta en el catálogo en la sección de tienda. Deja fuera de la venta todo lo que tiene que ver con la oferta cultural/deportiva principal de la aplicación.

Ejemplo de uso: si el cliente de SecuTix es Teatros NovoArt, puede que tenga un canal de venta en internet para el público bajo la URL TNovoArt.shop.secutix.com; a su vez, su oferta podría verse bajo personalización de El Tajo Mandarín, bajo la URL TNA-ETM.shop.secutix.com. Con visualización web completamente diferente, con oferta diferenciada, pero ambos canales (aunque uno sea de terceros) con clasificación de canal interno, de tipo internet gran público.

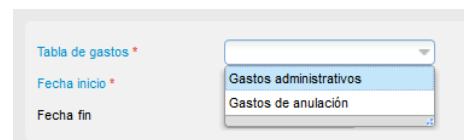
No debe confundirse el decir que uno de los canales de venta será de terceros -en el sentido de que será usado por terceros, o tendrá la imagen corporativa de terceros- con el que un tercer canal pueda tener servicios programados de integración para representar en un su sistema externo e independiente a SecuTix la oferta de SecuTix. Para conseguir esto, existe una librería de funciones Webservice, cuyo uso y funcionalidad se deben discutir aparte.

Los canales de venta se asocian a un organismo; y de hecho la mayor parte de su configuración de detalle se realiza en la sección de organismo. Pero es en institución donde se hace la configuración de la base. A tener en cuenta que SecuTix permite cruzar el catálogo entre organismos, lo que permite que un canal de venta de un organismo pueda incluir la oferta global de una institución.

Los parámetros principales a configurar para un canal son:

- tipo: según visto antes.
- cupos: establece qué cupos van a estar ofrecidos en el canal. Ejemplo de uso: en el TicketShop del cliente SecuTix pone toda la oferta general representada por el cupo General, un TicketShop de agencias tiene el cupo de Hoteles Manolo (exclusivo de ellos), y en taquillas vendemos todos los cupos excepto el de Hoteles Manolo.
- plazo de abandono de un pedido en curso: tiempo máximo que se da para acabar un pedido desde que se reserva/compra la primera plaza. Es recomendable establecerlo en algo entre 5 y 20 minutos para los TicketShop de gran público, y similar para el resto. Al pasar el tiempo se liberan las reservas del proceso de compra; si esto no se hiciera, se podrían dar lugar a abusos por parte de los usuarios.
- acceso al fichero de contactos: para un canal (pretendido esencialmente para los canales de taquillas/oficinas) implica que hay acceso a los contactos registrados.
- fondo fijo de caja disponible: orientado a taquillas, es la forma de indicar que hay 'suelto' en el cajón para la venta en efectivo, y que hay que hacer cuadrar las cuentas de ventas con ese contenido para cada cierre de caja.
- contacto de origen obligatorio: establece si para el momento final de la venta se fuerza el uso de una identificación, o se permite hacer la compra de forma anónima.
- sistema de pago: para internet es obligatorio y debe poner 'Pago internet'.
- facturación del pedido: con valores posibles de nunca / bajo petición durante el pedido / bajo petición después del cierre / sistemático.
- límite de gastos: NOTA (max charges)
- modo de búsqueda de asiento por defecto: automático, manual, mixto, sin mapa. Mixto es que se ofrece el resultado automático, pero se permite cambiar; sin mapa es que se clasifica sólo por bloques/zonas.
- cantidad máxima por función: NOTA max quantity per performance.
- e-mail del remitente: e-mail que aparecerá como remitente de los e-mails enviados por la aplicación.
- modos de envío: modos de envío de tickets admitidos para el canal de venta. Típicamente será p@h / móvil para internet, térmico (inmediato) / RFID para taquillas, y e-mail / recogida en taquilla para oficinas y atención por teléfono.

Además, se pueden asociar gastos generales por canal, estableciendo fechas para su validez. Estas tablas y sus valores se habrán definido previamente en su sección correspondiente (ver más adelante en el menú o el texto).



De la explicación anterior, debería entenderse ya que la definición de canales es importante a la hora de definir los cupos a modelar. Por tanto, antes de introducir información en el sistema, es importante tener un esquema en papel, identificando el modelo general a introducir, y las relaciones de dependencia generadas entre datos.

Canal de venta: nombre interno, código, tipo (poner interno), organismo responsable, cupos autorizados, plazo de abandono del pedido en curso (minutos), acceso al fichero de contactos (sí/no), fondo fijo de caja posible (sí/no), contacto obligatorio en compra (sí/no), [sistema de pago], facturación del pedido, límite de gastos, modo de búsqueda de asiento por defecto (manual/automático/mezcla/sin mapa), e-mail de remitente, modos de envío, gastos generales a aplicar (ver gastos generales).

### **3.8 Cupos (contingentes) (inicialización)**

Los cupos, en algunos sitios traducido como contingentes, sirven para definir oferta 'reservada' o por categorías, o para reserva por canales (internos o externos). Lo podemos ligar (conceptualmente) a las categorías de asiento, pero en general esto no es conveniente.

La exclusividad de un cupo significa que cuando se introduce un código promocional o cualquier otro tipo de promoción el cliente sólo puede elegir asientos dentro de ese cupo. Si el cupo es no exclusivo, cuando la promoción se agota dentro de ese cupo, el sistema permite seguir utilizando la promoción en otros cupos.

El campo admisión / existe cantidad.... NOTA.

Los subcupos son una funcionalidad no disponible para proyectos generales. NOTA

Desde la definición de cupos se puede también realizar la asignación a canales que usan el cupo.

Cupo: nombre interno, código, color, exclusividad (sí/no), admisión / existe cantidad, objetivo (cupo externo y cual / cupo interno y cual de entre tipos predefinidos -abonado, invitado, grupo, servidumbre, prensa, protocolo, minusválidos, otros, inventario productos), canales de venta que lo incluyen (todos / lista).

### **3.9 Temas (inicialización)**

Estructuran la oferta, y permiten que el público la pueda filtrar cuando compra en el TicketShop. También en los demás canales. A los temas a nivel organismo y temporada se asociarán subtemas.

No es conveniente asociar temas a ideas diferentes de lo que es la programación; pero si se hace, debe modelarse consistentemente (p.e.: no deberían establecerse temas para canales específicos, salvo que tenga un significado según la oferta).

La definición de tema no incluye rango, y los nombres utilizados van a influir en el orden en que se muestren (alfabético). Conviene tenerlo en cuenta para el caso de que se pretenda que se visualicen en algún orden; momento en el cual conviene fijar el nombre con un ordinal de cantidad de dígitos constante.

Ejemplos de temas pueden ser: Teatro, Cine, Exposiciones, Visitas. Otro ejemplo: producción propia, producción de terceros, visitas, eventos espaciales.

Tema: nombre interno, nombre público, código.

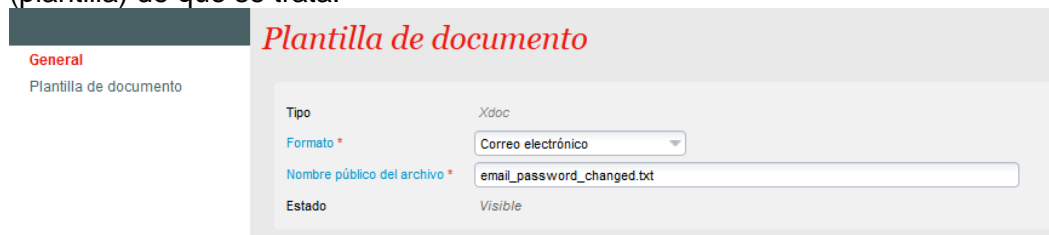
### 3.10 Tipos de documento (inicialización)

Sirve para generar y clasificar los documentos que se van a enviar desde SecuTix. Estos documentos incluyen comunicaciones como el e-mail de aviso de pedido realizado, modelos de comunicación de factura, comprobación de cambio de contraseña, avisos de opciones a punto de esperar, y otros.

La generación de estos documentos, no su plantilla, se recomienda que se deje exclusivamente al equipo de SecuTix. Además, cada proyecto se servirá con todos los documentos necesarios ya generados.

En la pestaña de Plantillas de documento es donde se define el contenido de cada documento, así como su formato. Según la versión de la plataforma que tengamos, cuando definimos un nuevo documento nos pueden preguntar si debe ser de tipo Assentis o Xdoc; puesto que el Assentis es un tipo antiguo, no soportado para nuevas instalaciones, nos referimos aquí únicamente al tipo Xdoc, que será el que haya que elegir.

Para una plantilla de tipo Xdoc se abrirá otra venta donde establecer el tipo de documento (plantilla) de que se trata.



Es importante señalar que si el formato se confunde, esto puede dar lugar a errores en el sistema que impidan algunos procesos (p.e.: el envío de entradas compradas); por lo que es conveniente no cambiar las configuraciones ya hechas por el equipo SecuTix, ni aventurarse a una configuración sin saber dónde se usará el documento (plantilla) que se define.

En la parte de plantilla de documento encontraremos una de dos: una serie de plantillas, que deben ser versiones para diferentes idiomas; o nada, que implica que la plantilla de documento que se aplicará es la que el sistema tiene guardada para ese documento por defecto.



Si se quiere trabajar en la plantilla por defecto existente en el sistema, se puede descargar en el botón 'Plantilla estándar' que se encuentra al pulsar 'Nuevo' plantilla de documento.

La configuración de las plantillas responde a un manual externo, que no se citará aquí. Aunque como los documentos admitidos de base son los docx y PDF, cualquier edición sencilla que no exija referencia a datos de la aplicación podrá realizarse intuitivamente.

Una vez editada y subida un plantilla de documento, es necesario entrar en la pestaña de validar, donde el sistema nos pedirá una aplicación concreta de datos para poder elaborar un caso del documento, y así comprobar que se genera adecuadamente.

### 3.11 Documentos para enviar (inicialización)

NOTA

Esta sección queda fuera del alcance del cliente en esta versión del manual.

### 3.12 Gastos generales (tipos de) (inicialización)

En esta pestaña se definen los (conceptos) tipo de gastos generales (diferente de las tablas de valores). Para aplicar comisiones y similares a nivel de pedido. Por tanto, es conveniente saber si va a haber gastos generales por acción, y si se asociarán por canal, colectivo, o por algún otro criterio (para ver cómo cuadran con el modelado general).

*Gastos generales > Nuevo*

Nombre interno *	FR *	
	EN	
	DE	
	ES	
Nombre público *	FR *	
	EN	
	DE	
	ES	
Código *		
Tipo de pedido *		<ul style="list-style-type: none"> <li>Reservas</li> <li>Reembolso organización</li> <li>Opción</li> <li>Cambio organización</li> <li>Cambio cliente</li> </ul>
Modo de pago		
Tasa IVA *		
Estado		

El tipo de pedido puede ser: reserva-venta/ reembolso / opción /cambio por la organización / cambio por el cliente.

Gasto general: nombre interno, nombre externo, código, tipo de pedido, [modo de pago], tasa de IVA.

### 3.13 Tablas de gastos generales (inicialización)

Las tablas de gastos generales permiten definir los valores de gastos generales que se aplicarán. La aplicación se hace a nivel de canal de venta, y en una misma tabla se puede asociar un (único) valor de gastos para cada uno de los (tipos de) gastos definidos (en la sección anterior).

El gasto se puede definir tanto como obligatorio como modificable (en TicketShop no), de forma absoluta o en porcentaje limitado superior e inferiormente.

*Importe general > Gastos administrativos*

Tabla de gastos generales	Agrupación de prueba
Gastos generales *	Gastos administrativos
Elección *	Modificable
Importe o tasa *	Obligatorio
	Modificable
<input checked="" type="radio"/> Importe	
Valor *	2,00
<input type="radio"/> Tasa	
Valor (%) *	
Límite inferior	
Límite superior	

La aplicación de las tablas se hace posteriormente desde cada canal de venta, y en esta sección la pestaña es solo informativa. Esta asignación se hará en base a una validez entre fechas. Una vez aplicada en algún canal, no puede modificarse.

Tablas de gastos generales: nombre interno, código, gasto general, elección (modificable / obligatorio), importe (valor absoluto / porcentaje, límite máximo, límite mínimo).

### 3.14 Tasa de IVA (inicialización)

Esta sección muestra la definición de diferentes tasas de IVA, que serán ofrecidas por el interfaz allá donde sea necesario. Las tasas de IVA se facilitan preconfiguradas en todos los proyectos SecuTix; e incluyen para España los tipos general, reducido, superreducido, y tipo 0, con sus valores actualizados a la fecha de instalación. Caso de ser necesario incluir un tipo nuevo, deberá hacerse bajo petición de incidencia de proyecto.

Si en cualquier momento variase el tipo de IVA, puede definirse su nuevo valor, seleccionando al tiempo su fecha de validez. No es posible editar el valor de IVA de un tiempo pasado, por lo que es conveniente tener cuidado en el momento de su inserción.



**Tasa IVA**

PAÍS	CÓDIGO IVA	TASA	FECHA INICIO	FECHA FIN
España	T0	0,00	01/01/2001	
España	TG	21,00	27/05/2014	
España	TR	10,00	27/05/2014	
España	TSR	4,00	01/01/2001	

**Código IVA : TR (España)**

+ NUEVO -- SUPRIMIR ÚLTIMO

FECHA INICIO	FECHA FIN	TASA
27/05/2014		10,00
01/01/2001	26/05/2014	8,00

**Tasa IVA > Nuevo**

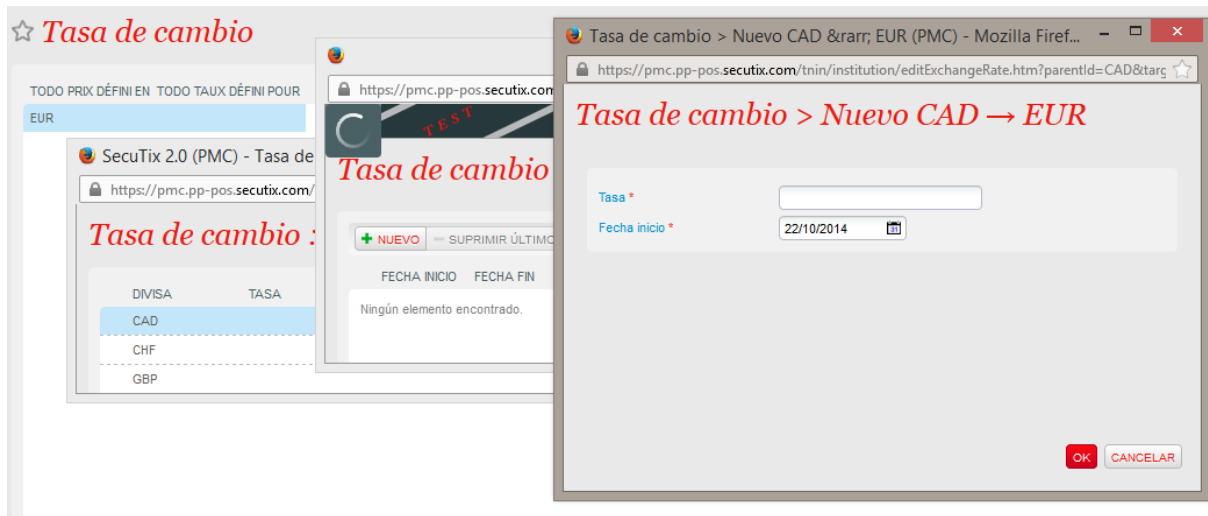
Tasa (%) \*

Fecha inicio \*  

OK CANCELAR

### 3.15 Tasa de cambio (inicialización)

La sección de tasa de cambio permite establecer valores fijos de cambio de moneda para las divisas que hayan sido incluidas en la configuración de la institución. Se accede al tipo de cambio de cada divida con un pincho doble sobre la línea de moneda principal (Euro), que abre una ventana con las divisas aprobadas. Pulsando sobre cada una de estas se abrirá su ventana de tasas de cambio, y la posibilidad de definir un nuevo valor a partir de una fecha.



Tal como se cita en secciones anteriores, se recomienda no utilizar esta funcionalidad para adaptarse a la moneda de los clientes; es decir, con una oferta que siempre pertenece al mismo país / moneda. Los TPVs (internet, el banco que hay detrás de ellos) ya ofrecen un tipo de conversión más realista a los clientes internacionales, y en cuanto a taquillas no suele ser conveniente el manejo de más de una moneda.

### 3.16 Listas de valores (inicialización)

NOTA

### 3.17 Emplazamientos y salas (salas)

Las pestañas de emplazamientos y salas permiten ubicar los emplazamientos donde se realizarán los eventos del catálogo.





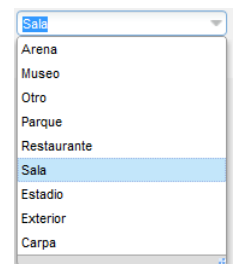
Emplazamiento se usará habitualmente para determinar un lugar físico, y área será cada una de las salas o espacios físicos a asociar a un emplazamiento. Más tarde, se definirá una configuración física, resultado de aunar un área con un mapa de sala.

Este último paso realmente establece un nuevo nivel de forma que se puede llegar a plantear un esquema en el que el área no sea algo tan definido como una sala; por ejemplo, que sea un local. Las configuraciones físicas serían definitivamente las salas.

En general configuraremos emplazamientos como la ubicación geográfica donde está cada sala. Para los casos en que vamos a utilizar localizaciones variadas (por ejemplo, para eventos de terceros), podemos definir emplazamientos genéricos, limitando así el número de emplazamientos y dándole un significado de asociación.

De la misma forma, se podría definir una sala genérica no numerada para usos polivalentes.

Emplazamiento: nombre interno, nombre público, código, imagen de acceso, dirección completa. En la dirección es obligatoria una línea de calle, código postal y localidad. Es conveniente poner un e-mail de remitente y se puede ligar con una URL de sitio web.

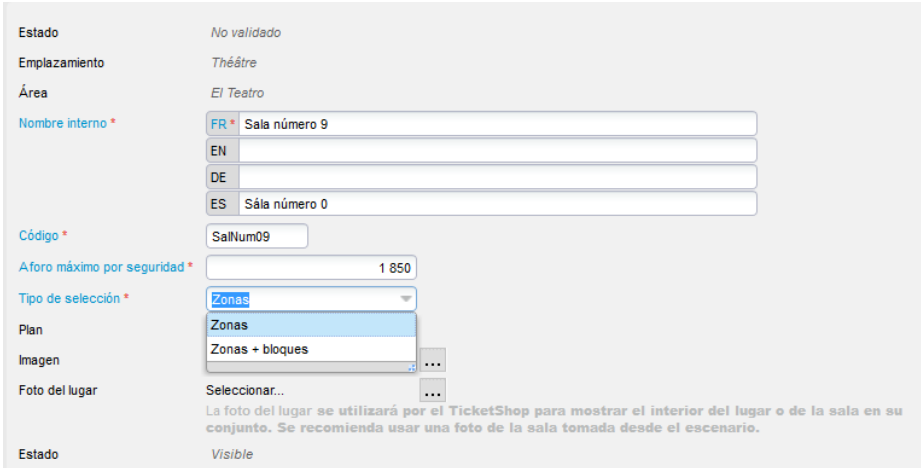


Salas: emplazamiento, nombre interno, nombre público, código, tipo. El tipo es indicativo, y no tiene mayor funcionalidad.

### 3.18 Configuraciones físicas (salas)

Es la aplicación a cada sala (área) de una información adicional para definir una sala o emplazamiento físico específico. Lo más importante que se les define son los accesos, y las zonas físicas. Luego servirán para el control de acceso, y la selección en pantalla.

Si es numerado, viene de pintarlo ya en el mapa; si no es numerado, se definen aquí a mano.



Aforo máximo de seguridad: es un dato que no se podrá cambiar, y que sirve para evitar errores en la configuración (por exceso). La mejor opción es mayorarlo mucho, y limitar con el mismo dato que se tiene luego en configuraciones lógicas.

Los mapas de sala se definen dividiendo en zonas + bloques. El sistema permite definir si en una configuración el espectador seleccionará su asiento basado sólo en las zonas, o

también dispondrá de la selección de bloques. Es importante notar que esto no es una restricción en la selección, sino más bien una mayor segmentación que facilita que el cliente encuentre su sitio con mayor facilidad.

Configuración física: emplazamiento, área, nombre interno, código, aforo máximo de seguridad, tipo de selección (zonas / zonas + bloques), imagen y foto del lugar (se ve luego en el momento inicial de sacar entradas), [accesos], [zonas físicas].

Debe entenderse que al asociar mapas sólo aparecerán como disponibles aquellos que estén validados, y a su vez sólo las configuraciones físicas validadas estarán disponibles para las configuraciones lógicas.

### 3.19 Perfiles (operadores)

NOTA

### 3.20 Operadores (operadores)

NOTA

### 3.21 Administrador organismo (operadores)

NOTA

### 3.22 Plantillas (herramientas)

Sirve para hacer las plantillas de tickets que se aplicarán en la compra de eventos, visitas, abonos, pases, membresías, paquetes, servicios, .....

Aquí se definen a nivel individual en destino y formato; es decir, para cada producto y actividad para la que queremos un diseño particular, definiremos los formatos de PDF (print@home), móvil, térmico y tarjeta identificativa que queramos usar.

Puesto que se puede llegar a generar un número significativo de diseños, y como para otros de los datos que se definen en la aplicación, conviene utilizar alguna convención organizada de nombramiento de diseños.

Por ejemplo: Ev1415\_0212\_Sinfónico \_PDF, para eventos de la temporada 14/15, en la actuación catalogada como 0212 que se realiza en la sala de sinfónicos, versión p@h. O Ab1415\_Piano10\_RFID, para el abono de 10 eventos de conciertos de piano, versión tarjeta identificativa de radiofrecuencia (el carnet de acceso, vaya).

En todo caso, el interfaz de listado presenta los habituales botones de



Nuevo, Copiar, Eliminar, Exportar, Importar, y Esconder, que permiten una cierta organización de los diseños.

*Esconder* sirve para que el diseño elegido ya no se muestre en la lista bajo la clasificación de visibles, y que no se proponga como opción en aquellos sitios donde se seleccionan los diseños disponibles.

Exportar, y el posterior Eliminar, puede servir también para borrar del sistema, tras guardar en cualquier repositorio de documentos, los diseños que ya no se vayan a usar.

Aunque hay que tener cuidado de no dejar diseños de tickets 'huérfanos' de plantillas, ya que un ticket que no se puede imprimir generará un error en la venta que podrá no realizarse o no asignar el evento, sabiendo que una vez generado un ticket se guarda su impresión y no se necesita la plantilla de origen, queda explicado el hecho de que no sea necesario guardar el diseño de forma permanente.

Otra utilidad de la combinación del exportar - importar es poder diseñar los tickets en entornos de preproducción, para posteriormente insertarlos en el de producción.

#### Plantillas 1- 15 Entre 15

	Nuevo	Copiar	Eliminar	Exportar	Importar	Esconder
Nombre ▲	Plantilla de base	Ultima modificación	Comentario			
<input type="checkbox"/> Eventos_141023Boca.THERMAL	fgl-secutix2	23.10.2014 09:38 Por PMC@STX_MMO	Diseño inicial para visitas			
<input type="checkbox"/> Eventos_141023Mobile.MOBILE	mobile-pdf	23.10.2014 09:39 Por PMC@STX_MMO	Billete móvil para Visitas			
<input type="checkbox"/> Eventos_141023PDF.PDF	pdf-secutix2	23.10.2014 09:38 Por PMC@STX_MMO	Primera plantilla de test			
<input type="checkbox"/> InicialBoca.THERMAL	fgl-secutix2	11.06.2014 13:28 Por PMC@STX_MMO	InicialBoca			
<input type="checkbox"/> InicialBocaSN.THERMAL	fgl-secutix2	08.05.2014 10:55 Por PMC_specimen	InicialBoca			
<input type="checkbox"/> InicialMobile.MOBILE	mobile-pdf	13.06.2014 10:03 Por PMC@STX_MMO	Maquette mobile pour les évènements			
<input type="checkbox"/> InicialPDF.PDF	pdf-secutix2	13.06.2014 10:04 Por PMC@STX_MMO	Primera plantilla de test			
<input type="checkbox"/> preubasonPalau.PDF	pdf-secutix2	01.08.2014 13:41 Por PMC@PMC_JGA	Primera plantilla de test			
<input type="checkbox"/> Servicios_140611Boca.THERMAL	fgl-secutix2	23.10.2014 11:08 Por PMC@STX_MMO	Diseño inicial para visitas			
<input type="checkbox"/> Servicios_140611Movil.MOBILE	mobile-pdf	23.10.2014 11:09 Por PMC@STX_MMO	Billete móvil para Visitas			
<input type="checkbox"/> Servicios_140611PDF.PDF	pdf-secutix2	23.10.2014 11:35 Por PMC@STX_MMO	Primera plantilla de test			
<input type="checkbox"/> Taupadak.THERMAL	fgl-secutix2	11.06.2014 13:28 Por PMC@STX_MMO	InicialBoca			
<input type="checkbox"/> Visitas_140611Boca.THERMAL	fgl-secutix2	02.10.2014 18:04 Por PMC@PMC_JGA	Diseño inicial para visitas			
<input type="checkbox"/> Visitas_140611Mobile.MOBILE	mobile-pdf	11.07.2014 14:44 Por PMC@STX_VLE	Billete móvil para Visitas			
<input type="checkbox"/> Visitas_140611PDF.PDF	pdf-secutix2	25.09.2014 16:28 Por PMC@pmc_df	Primera plantilla de test			

La mejor forma, si no casi la única recomendada, es partir cualquier diseño de ticket de las plantillas que SecuTix deja instaladas con el arranque de cada proyecto.

### Eventos\_141023PDF.PDF

100%
test

Todos los campos

- Avisolmpresion
- EventTitle
- Fecha
- FondoPalau
- Hora
- IVAIncluido
- Precio
- PriceLevelCode
- Sala
- Tarifa
- Temporada
- UnescoImagen

#### Avisolmpresion

Propiedades Style Visibilidad

Nombre

Valores

Parámetro


Estático

Multilingüe




ca

es

en

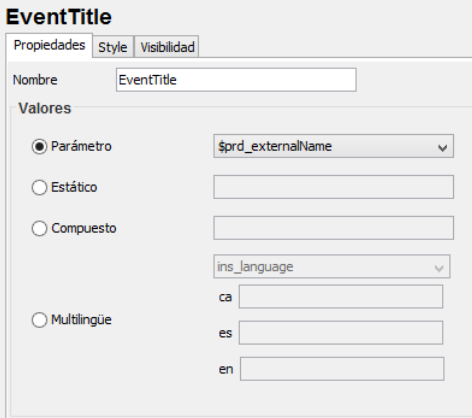


El interfaz tiene una cierta similitud con la conocida aplicación PowerPoint, aunque de forma simplificada. Si el diseño escogido es un PDF, se nos mostrará la extensión necesaria para un A4; si es para un ticket móvil, las medidas aproximadas de inicio serán las de un billete de 18x7 cm; si es para un móvil, las dimensiones son aproximadamente las de un código de barras (2D) x2 en el ancho y x3 en el alto. En todo caso, cualquier dimensión es siempre susceptible de ser cambiada.

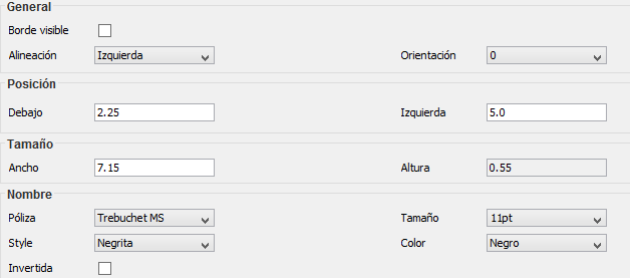
Para añadir un elemento, pulsaremos sobre uno de los botones    que insertarán un texto, una imagen o un código de barras.

En el caso de los **textos**, como propiedades tenemos:

- nombre: que conviene cambiar refiriéndolo a su contenido, para una más fácil identificación posterior.
- Valores: que pueden establecerse de 4 formas. A -> seleccionando un parámetro, de entra la lista de variables disponible (como se explica en 2 Variables). B -> un texto estático. C -> una expresión estática (ver también como en A su generación). D -> una expresión compuesta que se seleccionará en función del lenguaje de la institución, o del contacto del ticket (para los idiomas cuyas etiquetas se vean; si falta alguna, debe solicitarse al jefe de proyecto).



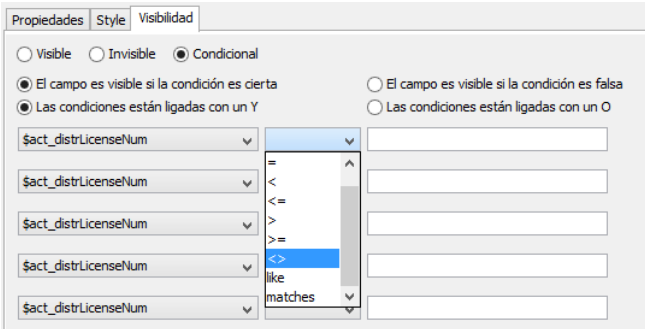
La pestaña de estilo contiene información sobre posicionamiento, tamaño, estilo, color y orientación del contenido. La posición y el tamaño de la caja que contiene el texto se pueden cambiar también con el habitual 'pulsar y mover' y 'pulsar y arrastrar'. Es importante recordar que si el texto se sale de la caja asignada en el diseño no se mostrará. Y al mismo tiempo debe tenerse cuidado en asegurar que los textos de etiquetas cercanas no se van a superponer.



En cuanto a alinear textos e imágenes, es buena idea ubicarlos aproximadamente en el interfaz, y aprovechar la edición de los posicionamientos para hacer un 'copiar y pegar' de la ubicación (y hacerla exacta, en vez de aproximada).

Por último está la venta de *visibilidad* que establece la posibilidad de que un campo sea visible, invisible o cualquiera de las dos cosas pero condicionalmente. El número de condiciones deberá estar entre 1 y 5, y serán de tipo simple; es decir, una variable contra un valor fijo, y acumulación de condiciones todas con AND u OR.

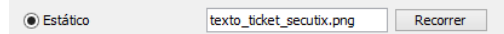
La opción LIKE admite el uso de \* para referirse a cualquier combinación de caracteres, y ¿ para referirse a un carácter cualquiera



(como en SQL). La opción MATCHES permite el uso de expresiones racionales.

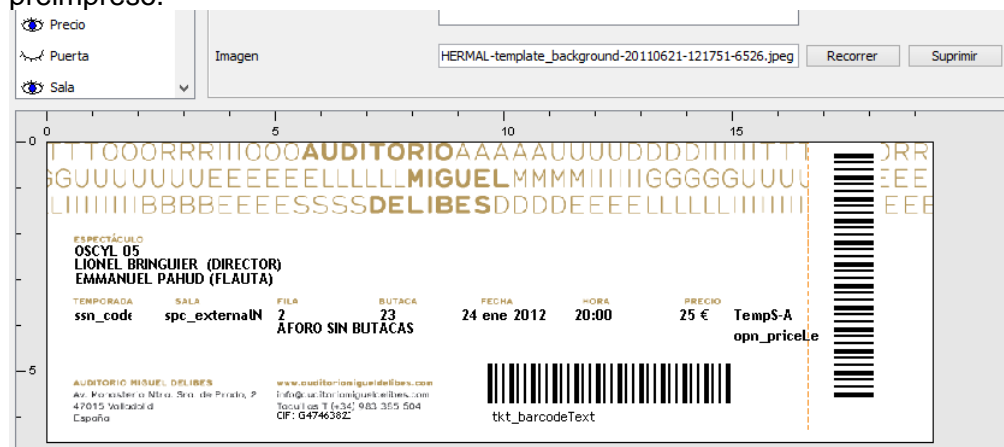
La condición de visibilidad es igual para imágenes y códigos de barras, y es muy útil para evitar tener que repetir diseños para productos muy similares, o permitir diferenciaciones en tickets que van dirigidos a distintos tipos de público. Por ejemplo; para un billete VIP se puede poner una condición que haga aparecer esta etiqueta; o según el idioma del contacto se puede hacer aparecer una bandera de un país u otro.

En el caso de las **imágenes** todo es más o menos igual, pero sin la opción de campo calculado, con un estático que es la selección del archivo de imagen (png o jpeg), y con las opciones de variable limitadas a aquellas que son una imagen.



Para **códigos de barra**   el uso es similar, y el único detalle importante es que hay que utilizar los campos de parámetro o calculado para poder forzar el uso de códigos 2D (QR).

El icono **P** sirve para ir a las características generales del diseño, que son esencialmente datos de orientación y comentarios. Salvo en el caso de diseño termal, en que podremos insertar una imagen de fondo. Esta imagen de fondo no será impresa, pero sirve bien para tenerla de referencia (posicionar los elementos) cuando el papel que vamos a usar está preimpreso.



El botón (caja de texto)  nos permite seleccionar un conjunto de variables, de las definidas en la opción de menú (NOTA referencia), para prueba del ticket. Esta prueba la hacemos desde este interfaz pinchando sobre el botón de la impresora. En realidad, durante todo el tiempo de la edición del ticket se habrán estado sustituyendo los campos para los cuales existiera una variable de aplicación directa.

Información sobre cómo asociar las plantillas de tickets con los modelos de tickets se encuentra en (NOTA referencia).

### 3.23 Conjunto de variables (herramientas)

Define conjuntos de variables que se pueden utilizar en el diseño de tickets para probar cómo se visualizan estos. Se pueden generar tantos como se quieran, y para cada uno de ellos asignar valores a cada una de las variables que el sistema representa.

Puede ser interesante definir variables que 'fuerzen' los tamaños esperados (textos largos), para así poder asegurar en los diseños que los espacios asignados son suficiente.

#### Conjunto de variable

TestPalauSTRD	
ins_externalName	Palau de la Musica
ins_code	PMC
ins_street1	ins_street1
ins_street2	ins_street2
ins_street3	ins_street3
ins_zipcode	ins_zipcode

### 3.24 Edición mapa de sala (herramientas)

NOTA

## 4 Elementos de organismo

A través de las siguientes pestañas, volvemos a encontrarnos como para los elementos de institución con la necesidad de 'Validar' cada una de las secciones, para que sea de aplicación. Conviene leer la introducción del punto 3 Elementos de institución al respecto.

### 4.1 Características organismo (inicialización)

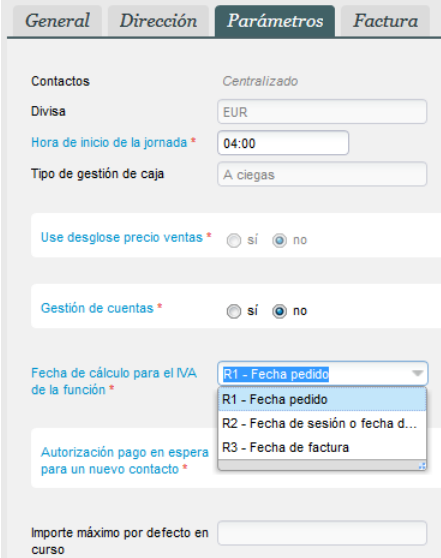
En esta pestaña se extiende la configuración del organismo, que se había iniciado en la parte correspondiente a institución. Para los casos en que un organismo se haya configurado como equivalente a una institución, se bloqueará la edición de prácticamente toda la pestaña de general y dirección, que en todo caso se configurarían tal como se ha visto en el apartado 3.1 Características de institución (inicialización).

El tipo de control de acceso debe dejarse configurado a 'Secutix (múltiples sesiones' salvo que personal de SecuTix indique lo contrario.

En la sección de parámetros, se puede definir:

- hora de inicio de la jornada: importante, para evitar que si se programa algo a partir de las doce de la noche (tipo, las 00:30), no se considere como del día siguiente. Algo entre las 02:00 y las 06:00 son los valores recomendados.
- use desglose precio ventas: NOTA (confirmar dónde se ve el desglose).
- gestión de cuentas: NOTA
- fecha de cálculo para el IVA de la función: fecha de pedido / fecha de sesión o visita / fecha de factura. Este parámetro habrá que configurarlo de acuerdo a la legalidad.
- autorización pago en espera para un nuevo contacto: si / no. NOTA

NOTA: domiciliación bancaria, ver cómo se integran pagos en SecuTix.



En la sección de facturas, se definen:

- momento de facturación del pedido: nunca / bajo petición durante el pedido / bajo petición después de cierre del pedido / sistemático.
- presencia de IBAN/IBIC en las facturas.
- instrucción transparente ('producer mandate'): NOTA.

En general, las instalaciones servidas en los proyectos dejarán todos estos datos configurados, y sólo será necesario cambiar la hora de inicio.

### 4.2 Números administrativos (inicialización)

Los número administrativos permiten (se obliga a alguno de ellos) definir los valores de ciertos parámetros administrativos que aparecen en otros formularios. Igual que en otros casos, haciendo una pulsación doble sobre cada línea accedemos a un formulario donde

podemos establecer un valor para cada número de una fecha en adelante (hasta la definición de un nuevo valor).

### 4.3 Canales de venta (inicialización)

La creación de canales de venta sólo se puede hacer desde la parte de institución. En la pestaña de la parte organismo, la definición se encuentra sólo en modo consulta. Y se definen los puntos de venta y el escaparate para la venta en línea y venta táctil; el resto de la información -gastos generales, gastos simples, calendarios de venta, perfiles de producto y perfiles de actividad asociados- son de consulta de lo que queda aplicado a través del resto de la aplicación.

#### 4.3.1 Punto de venta

Los puntos de venta se definen para controlar desde dónde se va a vender la oferta del catálogo. Un punto de venta para un canal de internet (TicketShop), dónde la venta la hace un sistema automático, es necesariamente diferente de un punto de venta para un canal de tipo taquillas / oficinas / teléfono, donde la venta la hace una persona operando un puesto físico (típicamente un ordenador). De la misma forma, un canal de internet tenderá a tener uno o muy pocos puntos de venta, y un canal de los otros podrá tener un número elevado de operadores asignados.

Los puntos de venta que se generen al pinchar en 'nuevo' serán del tipo apropiado para el canal de venta en el que se ubican.

Punto de venta de tipo físico (taquillas, oficinas, venta telefónica, ...) presenta las pestañas:

- 'General' con los parámetros: nombre interno, código, puesto físico (seleccionable de entre los datos de alta en la opción posterior a canal de venta).
- Divisa: para seleccionar divisas autorizadas, si hay alguna registrada como en uso.
- Modos de pago: donde se puede seleccionar qué modos de pago admite el punto de venta. Este parámetro es una herramienta potente para evitar el fraude, y limitar los medios de registro de pagos. Su uso debe responder a una organización y distribución responsable de estos.

Punto de venta de tipo internet / TicketShop presenta más pestañas, y más secciones a configurar.

##### 4.3.1.1 Punto de venta (internet): características

En la pestaña de general los parámetros principales son:

- 'target internet': sin restricciones permitirá acceder a cualquier al TicketShop, pero si ponemos conjunto de contactos se activará una sección nueva (a la izquierda) llamada 'contactos autorizados' donde podremos establecer qué contactos son los autorizados a acceder al TicketShop. Esto, obviamente, implica que para acceder deberán estar previamente autenticados.
- URL: es la URL donde se ubicará el TicketShop. Para todos los proyectos se sigue una política + convención por la que la URL del TicketShop principal será de la forma nombre\_institución.shop.secutix.com (donde nombre\_institución es aproximado, y muchas veces se sustituye por el código de 3 letras atribuido al cliente), y el resto de los TicketShop deben tener una URL de la forma XXX-YYYY.shop.secutix.com (donde XXX es el código de 3 letras del cliente e YYYY es un código pequeño referente al punto de venta).

En todo caso, debe tenerse en cuenta que el número de TicketShop autorizados suele depender de las condiciones contractuales, y debe ser dado de alta



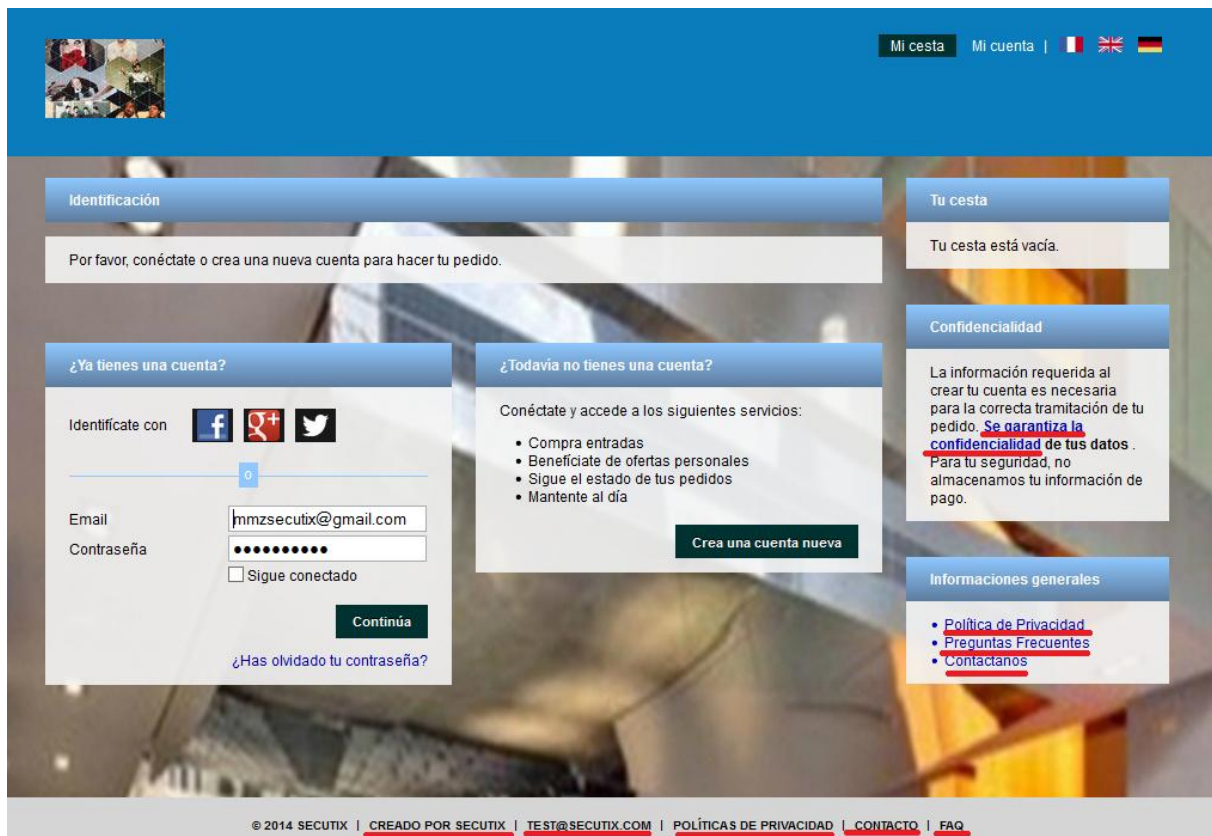
internamente por personal de SecuTix; de lo que se deriva que el cliente nunca deberá variar esta URL y se habrá consensuado entre las partes durante la implantación del proyecto.

Existe también la posibilidad de contratar servicios de redirección de dominios, según la cual la URL podría ser sustituida por un dominio de segundo nivel; las condiciones para esto deben ser consultadas con el director de la oficina SecuTix del cliente.

- idiomas externos: que permite limitar los idiomas que se mostrarán en el TicketShop.

En la pestaña de parámetros de internet configuramos todo lo que tiene que ver con URLs, e-mails y otros, que aparecerán luego en las diferentes pantallas del TicketShop. Así como la necesidad o momento de autenticación (al inicio, antes del pago, o nunca obligatoria), máximo montante de un pedido, e identificación del TPV (configurado por SecuTix, no debe editarse por el cliente):

- Web institucional: la URL a la que se redirecciona al pulsar sobre el icono del cliente en SecuTix o en el botón 'comprar' / 'seguir comprando'. Es importante decidir si se quiere direccionar a la página principal de catálogo de SecuTix (<https://xxx.shop.secutix.com/lists/events>, o <https://xxx.shop.secutix.com> que se redirige automáticamente) o a la página de navegación principal del cliente.
- Ayuda: URL de la páginas que se muestran en los textos 'FAQ' y 'Preguntas frecuentes'.
- Condiciones generales de venta: (no mostrado en captura) URL con condiciones generales de venta.
- Protección de datos: URL que aparece en los textos 'Políticas de privacidad'.
- Garantías de seguridad: (no mostrado en captura)
- Correo electrónico de contacto: es el e-mail que se ve en la posición intermedia en la barra inferior (con enlace a lo mismo visualizado).
- Dónde está mi asiento: NOTA (preguntar cual se suele poner).
- Contacto: URL que aparece en el texto 'Contacto'.
- Menú 1 / 2 / 3 / 4: NOTA (preguntar).
- URL cuenta cliente: URL que lleva a la cuenta de cliente. Típicamente se usará <https://xxx.shop.secutix.com/account/>, y es el enlace bajo el epígrafe 'Mi cuenta'.
- URL cas web: NOTA
- URL detalle producto: NOTA
- ID de contenedor Google Tag Manager: NOTA
- ID de seguimiento de Google Analytics: NOTA



1 Los textos subrayados son los que contienen un enlace

Las pestañas de divisa y modo de pagos son iguales que para los puntos de venta físicos.

#### 4.3.1.2 Punto de venta (internet): Tema internet

Es la sección en la que se personalizan los logos y colores del TicketShop, y que permiten mimetizar la navegación para que el cliente, al entrar en el portal de SecuTix, tenga la sensación de seguir en las páginas web del dominio donde comenzó su navegación.

La estructura de las páginas de SecuTix viene dada por el propio funcionamiento de SecuTix y la información que se debe proveer; pero aun así la personalización es suficientemente potente y flexible como para conseguir el efecto anterior.

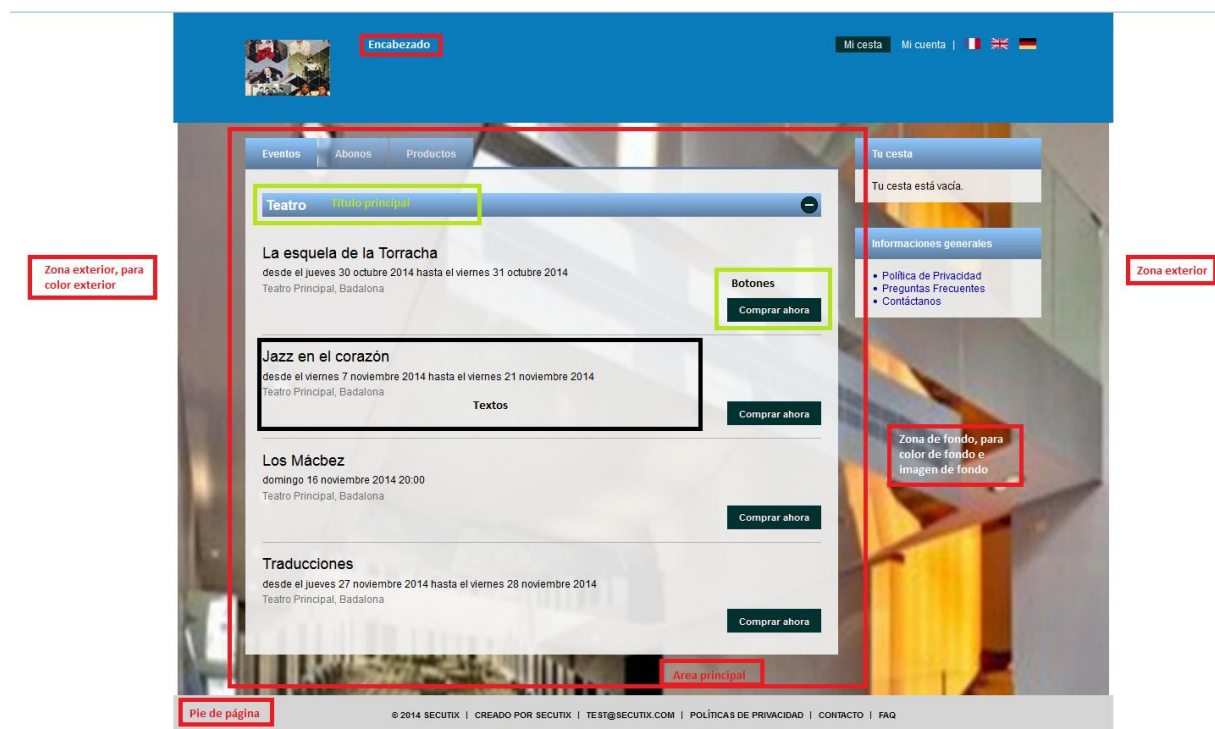
De entre los parámetros más relevantes de las pestañas de Estructura general y Contenido - ver captura de pantalla más adelante-, se pueden destacar:

- logo: jpeg o png de no más de 200kb que aparecerá en la esquina superior izquierda de la pantalla, y que sirve para redireccionar a la página definida como principal. En realidad, al ser un logo, debería introducirse alguna imagen más bien pequeña.
- Idiomas: establece si se muestran como banderas, iniciales, o ambos.
- 'transparente': en cada sección donde se ofrece transparente, existe la opción de no aplicar color de fondo.
- imagen de fondo: es la imagen que se presenta en la zona central de la pantalla. No se visualiza entera, si la longitud de la pantalla de acuerdo a su contenido no lo necesita. Y tampoco se 'replica' (repite) hacia abajo, en caso de que la longitud de la pantalla sea muy larga.

- área principal: se refiere a lo que no es el menú de opciones de 'tu cesta' e 'informaciones generales'. Es una forma -contraria- a decir si el menú se pone a la izquierda o a la derecha.
- Título fuente: (o más bien, fuente del título) es obligatorio es establece el tipo de letra a usar en el título.

Al introducir los parámetros debe recordarse que la 'zona exterior' es lo primero que deja de verse cuando el ancho de la pantalla no es suficiente; la zona interior tendría un ancho 'fijo'. Pero este 'fijo' está entre comillas, porque cada vez que se reduce el ancho del navegador, se irá adaptando a lo disponible, primero poniendo el menú en la parte inferior, y más tarde reduciendo aún más el espacio utilizado por todos los elementos. Es la característica de SecuTix de diseño adaptativo.

Todos los colores se pueden seleccionar de entre una paleta limitada que se ofrece, o escribiendo en texto el código RGB (RRGGBB = 6 cifras de 0 a F, hexadecimal) del color.



#### 4.3.1.3 Punto de venta (internet): redes sociales

Permite la integración de login de SecuTix a través de la identificación con Facebook, Google o Twitter. En el caso de Facebook permite también especificar si ofrecerá el compartir la compra realizada por el usuario en su muro, y si quiere que se le ofrezcan eventos en el.

NOTA: cómo conectar y mirar a ver si tiene repercusión comercial.

#### 4.3.1.4 Punto de venta (internet): aplicaciones móviles

NOTA: ver si se mete algo.

Debido a la novedad de esta sección, se recomienda que el usuario se ponga en contacto con su jefe de proyecto para mayor información, actualizada al máximo nivel posible.

#### 4.3.1.5 Punto de venta (internet): contactos autorizados

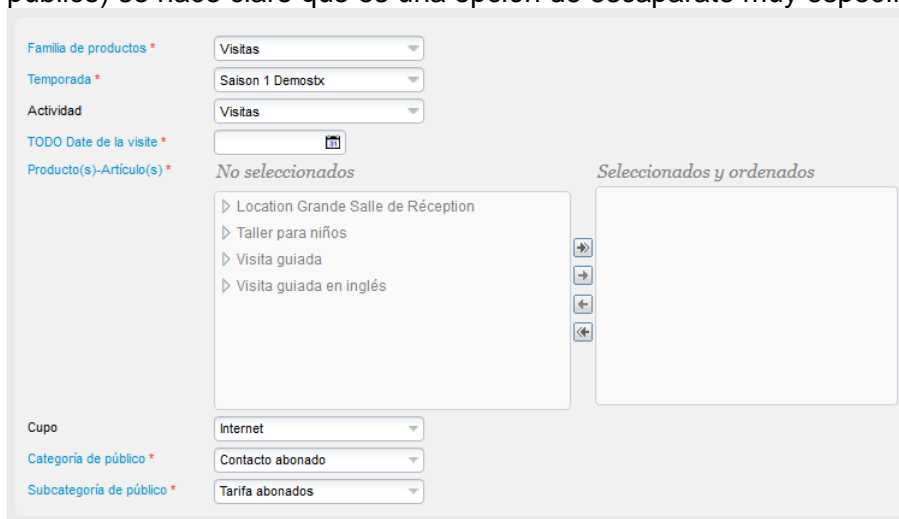
Es una pantalla que lista y permite seleccionar contactos, que serán los únicos que puedan acceder al TicketShop (previa autenticación). Esta pestaña está activada, tal como se explica en el punto anterior 4.3.1.1 Punto de venta (internet): características, si el 'target internet' se pone a lista de contactos.

#### 4.3.2 Escaparate

La pestaña de escaparate permite definir artículos o productos que se presentarán en la portada del TicketShop de forma destacada. Al definir un nuevo elemento de escaparate tendremos que elegir entre dos opciones: producto; o artículo, subcategoría de público y cupo.

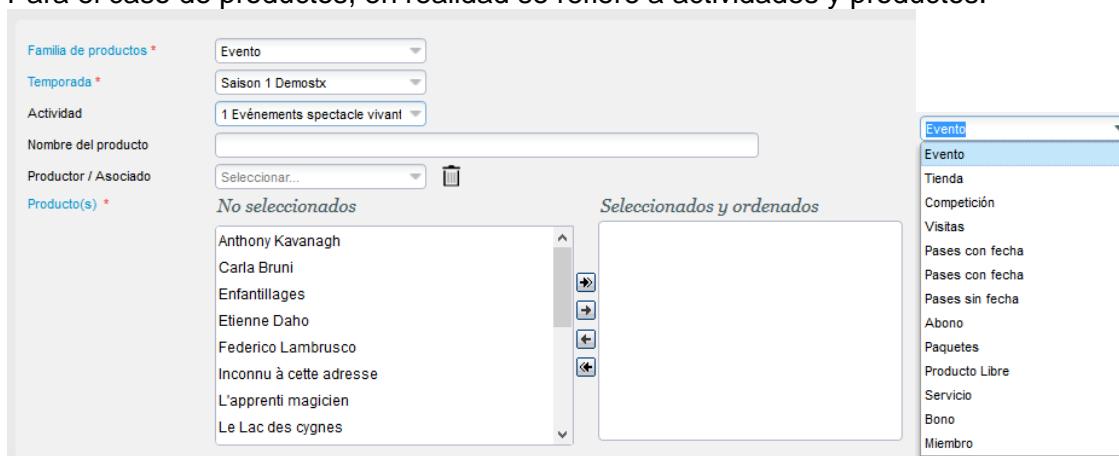
Se pueden definir tantas líneas de escaparate como se quiera.

Para el caso de artículos, hay que elegir familia de productos, temporada, [actividad], día de aplicación, productos/artículos a enseñar, [cupos/contingente], categoría de público y subcategoría de público. A la vista de que prácticamente todos los campos son obligatorios, y que no existen opciones generales (p.e.: no se puede dejar en blanco la subcategoría de público) se hace claro que es una opción de escaparate muy específica.



The screenshot shows the 'Escaparate' configuration interface for 'Visitas'. It includes several dropdown menus: 'Familia de productos' (Visitas), 'Temporada' (Saison 1 Demostx), 'Actividad' (Visitas), 'Cupo' (Internet), 'Categoría de público' (Contacto abonado), and 'Subcategoría de público' (Tarifa abonados). There is a date selection field for 'Date de la visite'. The main area is split into two columns: 'No seleccionados' and 'Seleccionados y ordenados'. The 'No seleccionados' column lists items like 'Location Grande Salle de Réception', 'Taller para niños', 'Visita guiada', and 'Visita guiada en inglés'. The 'Seleccionados y ordenados' column is currently empty. Navigation arrows are present between the columns.

Para el caso de productos, en realidad se refiere a actividades y productos.



The screenshot shows the 'Escaparate' configuration interface for 'Evento'. It includes dropdown menus for 'Familia de productos' (Evento), 'Temporada' (Saison 1 Demostx), and 'Actividad' (1 Evénements spectacle vivant). There is a text field for 'Nombre del producto' and a dropdown for 'Productor / Asociado'. The main area is split into two columns: 'No seleccionados' and 'Seleccionados y ordenados'. The 'No seleccionados' column lists items like 'Anthony Kavanagh', 'Carla Bruni', 'Enfantillages', 'Etienne Daho', 'Federico Lambrusco', 'Inconnu à cette adresse', 'L'apprenti magicien', and 'Le Lac des cygnes'. The 'Seleccionados y ordenados' column is currently empty. Navigation arrows are present between the columns. A dropdown menu is open on the right, showing a list of categories including 'Evento', 'Tienda', 'Competición', 'Visitas', 'Pases con fecha', 'Pases sin fecha', 'Abono', 'Paquetes', 'Producto Libre', 'Servicio', 'Bono', and 'Miembro'.

Se especifica la familia, temporada y a partir de ahí se pueden elegir los productos que se quieran ayudado en la selección de unos filtros previos. Para visitas, eventos, competición y pases, se clasifica la actividad/producto, y no se filtra por sesión / fecha.

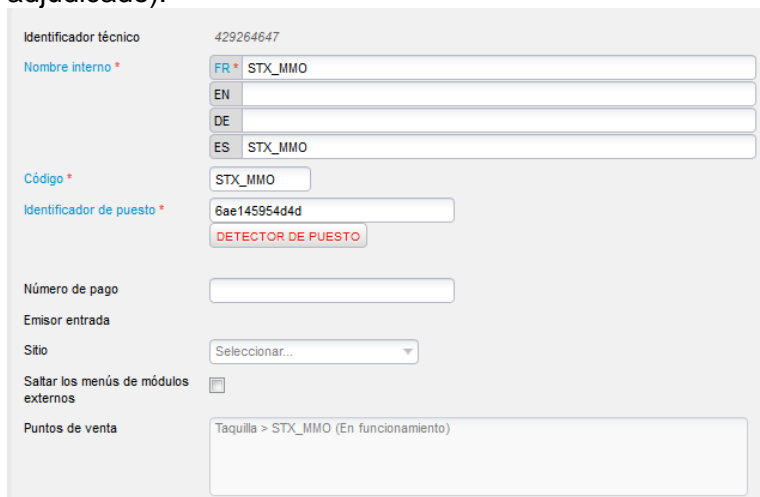
#### 4.4 Puestos físicos (inicialización)

Los puestos físicos en SecuTix definen e identifican una localización desde la que se accede a la plataforma. Es obligatorio para poder acceder al módulo de ventas tener un puesto físico correctamente identificado y registrado a un usuario. Esta medida es obligatoria como elemento de seguridad ante fraude y falta de trazabilidad de operaciones.

Por motivos de trabajo, el personal de SecuTix suele tener definidos sus propios puestos físicos. Para distinguirlos de los de los clientes, los puestos de SecuTix se nombran como STX\_XXX; donde STX significa SecuTix, y XXX es el identificador de cada persona. De la misma forma, se aconseja que el cliente nombre sus puestos físicos como YYY\_XXX, donde YYY sería el código del cliente de cara al proyecto, y XXX (de 2 a 4 caracteres) podría ser un identificador. La ventaja de este esquema es que el nombre del puesto físico se puede asimilar a su código, que a su vez se puede asimilar al 'login' (usuario de entrada) de cada persona a la aplicación. Esto facilita posteriormente mucho la visualización e interpretación inmediata de los accesos a y ejecución de acciones en la aplicación.

La ficha básica consta de: nombre interno, código, identificador de puesto.

El identificador de puesto debe generarse pulsando el botón 'detector de puesto', que conseguirá un identificador único basado en el ordenador en el que se ejecuta. Obviamente, no se podrán registrar dos puestos físicos con el mismo identificador de puesto; esto implica que si un operador de administración está dando de alta puestos físicos, deberá poner un identificador provisional de forma manual, hasta que pueda ejecutar el proceso en el ordenador del interesado (y preferentemente bajo registro del usuario al que vaya a quedar adjudicado).

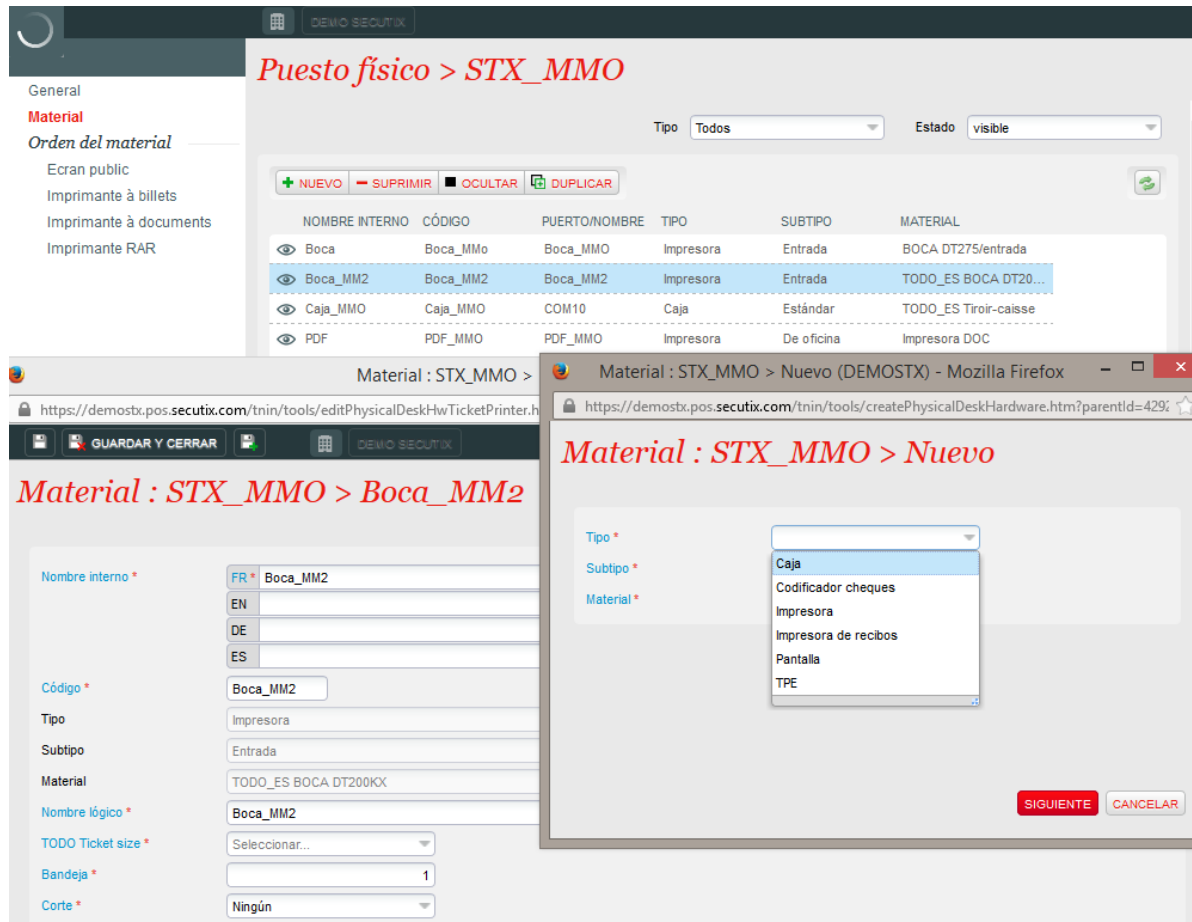


The screenshot shows a configuration form for a physical station. It includes the following fields and elements:

- Identificador técnico:** 429264647
- Nombre interno:** A dropdown menu with options: FR \* STX\_MMO, EN, DE, ES STX\_MMO.
- Código:** STX\_MMO
- Identificador de puesto:** 6ae145954d4d, with a red button labeled "DETECTOR DE PUESTO" below it.
- Número de pago:** An empty text input field.
- Emisor entrada:** An empty text input field.
- Sitio:** A dropdown menu with the text "Seleccionar..." and a downward arrow.
- Saltar los menús de módulos externos:** A checkbox that is currently unchecked.
- Puntos de venta:** A text area containing the text "Taquilla > STX\_MMO (En funcionamiento)".

La segunda parte de la configuración del puesto físico es la adjudicación del material de escritorio que le acompaña. Este material puede ser un cajón de caja, un codificador de cheques, una impresora 'normal', una impresora de tickets, una pantalla de información al público y un TPE.

Todo ello se dará de alta en la pestaña 'material' y se clasificará en las subpestañas de 'orden del material'.



**Puesto físico > STX\_MMO**

Tipo: Todos Estado: visible

+ NUEVO - SUPRIMIR ■ OCULTAR + DUPLICAR

NOMBRE INTERNO	CÓDIGO	PUERTO/NOMBRE	TIPO	SUBTIPO	MATERIAL
Boca	Boca_MMO	Boca_MMO	Impresora	Entrada	BOCA DT275/entrada
Boca_MM2	Boca_MM2	Boca_MM2	Impresora	Entrada	TODO_ES BOCA DT20...
Caja_MMO	Caja_MMO	COM10	Caja	Estándar	TODO_ES Tiroir-caisse
PDF	PDF_MMO	PDF_MMO	Impresora	De oficina	Impresora DOC

**Material : STX\_MMO > Nuevo (DEMOSTX) - Mozilla Firefox**

**Material : STX\_MMO > Boca\_MM2**

Nombre interno \* FR \* Boca\_MM2

Código \* Boca\_MM2

Tipo Impresora

Subtipo Entrada

Material TODO\_ES BOCA DT200KX

Nombre lógico \* Boca\_MM2

TODO Ticket size \* Seleccionar...

Bandeja \* 1

Corte \* Ningún

Tipo \* Caja

Subtipo \* Codificador cheques

Material \* Impresora

Impresora de recibos

Pantalla

TPE

SIGUIENTE CANCELAR

Para cada tipo de material hay que especificar:

- nombre interno.
- código.
- nombre lógico: es un nombre que usa la aplicación para ligar el equipo lógico con el equipo físico, gestionado por el sistema operativo. Para que se de esta conexión es obligatorio que el nombre sea el mismo en ambos sitios. Por ejemplo: si configuramos una impresora de PDFs (la mejor opción para sacar documentos) y tenemos instalado el PDF Creator, que se llama PDF Creator en la sección de impresoras del Windows, en SecuTix también deberá poner PDF Creator en nombre lógico. Para otros programas, o para otras impresoras térmicas que no pasan por un PDF, tendríamos que seguir la misma lógica.
- tamaño de ticket (si se aplica): tamaño de ticket, a seleccionar de entre las opciones configuradas en la parte de *Institución -> Herramientas -> Tamaños de ticket*.
- corte (sólo para impresoras térmicas): que ofrece la posibilidad de que la impresora corte las entradas una a una, sólo al final de cada pedido (imprimir todas de un tirón), o nunca (caso en que se supone que el papel viene troquelado y las corta por ahí el operario).

Es una buena opción configurar impresoras PDF y/o térmicas para todos aquellos terminales (puestos físicos) que vayan a tener que hacer venta de entradas. Aunque para los casos de venta en oficinas y/o atención telefónica, se puede optar por envío de entradas por e-mail / depósito de la entrada en la cuenta de cliente; lo que significa que al no necesitar impresión,

si la dejamos sin configurar, también evitamos en cierta forma el fraude interno o errores derivados de una impresión interna.

#### 4.5 Cupos (inicialización)

Permite, para los pases sin fecha y los pases con fechas, definir qué cupos estarán disponibles (según la definición de cupos que exista de la configuración a nivel de institución).

La navegación es algo diferente de la del resto de la aplicación, por lo que debe prestarse atención. Se limita a la selección del tipo de pase, y a mostrar las ventanas de selección de cupos autorizados / no autorizados (disponibles). Es necesario grabar los cambios con el botón de grabar (un disquete, cuidado que se ve un poco mal) que se ven en la barra superior.



#### 4.6 Costes de envío (inicialización)

Permite definir los costes de envío asociados a los medios de envío definidos. Un coste puede estar definido para más de un medio, y esta ventana y sus pestañas agrupan un concepto similar a lo que para tarifas son la definición de las tarifas más la definición de las tablas de valores.

Un coste de envío se define con su propia tasa de IVA, y puede establecerse un coste cero (envío gratuito) a partir de una cierta cantidad; así como la exención de envío para pedidos gratuitos.

En la pestaña 'tabla de costes de envío', más que una tabla tenemos una definición por franjas de tiempo, al estilo de la que hay para la definición del IVA.

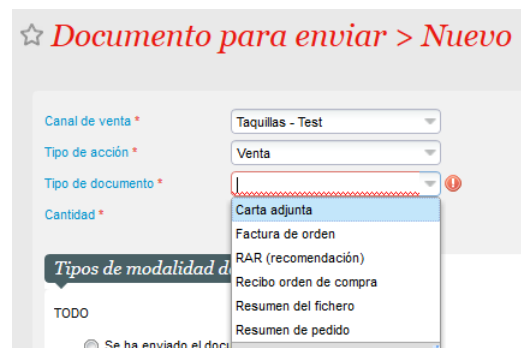
Es necesario establecer una fecha, una cantidad de coste (en euros), y la condición de si el coste es editable o no (en taquillas internas, no se aplica a internet).



Coste de envío: nombre interno, nombre externo, código, código IVA, modos de envío, [gratis desde], gratis para pedidos gratuitos, cantidad + fecha de aplicación + posibilidad de modificación.

#### 4.7 Documentos para enviar (inicialización)

Define los documentos a enviar por canal de venta y acción. Esta última puede limitar algo el tipo de documento a enviar, que en principio puede ser



uno de los siguientes: carta adjunta, factura de orden, RAR (recomendación), recibo de orden de compra, resumen del fichero, resumen del pedido.

Los documentos se enviarán acorde a lo establecido en su definición. Es conveniente consultar con los consultores SecuTix sobre esta sección y las implicaciones que puede tener.

#### **4.8 Rango de facturas (inicialización)**

Define la base de numeración que se usará para las facturas. Los campos necesarios son: fecha de inicio, [fecha de fin], [prefijo], número de inicio, número de fin, umbral de alarma.

El umbral de alarma se toma para emitir un aviso una vez que, alcanzado, se entiende que es necesario tomar alguna acción por los administradores.

El formulario contiene campos informativos de último número utilizado y saldo a asignar.

#### **4.9 Preguntas (inicialización)**

(esta funcionalidad es nueva en el momento de documentación y está sujeta a posibles cambios)

Es posible en SecuTix ofrecer un cuestionario al cliente en el momento de la impresión de un ticket. Este cuestionario recogerá campos susceptibles de ser incluidos en la impresión del ticket, a la par que información sobre el cliente para análisis posterior en el CRM.

Ejemplo de un campo que puede ser necesarios son DNI / pasaporte, necesidades especiales de atención, altura, ..... Las preguntas que se definen en esta sección se agrupan en cuestionarios en la sección de *Organismo -> Catálogo -> (Varios) Cuestionario*.

Los campos a rellenar son:

- nombre interno.
- nombre público: será el que se vea en el cuestionario.
- código.
- tipo de respuesta: booleano (verdadero/falso), número, fecha, teléfono, e-mail, texto, selección única, selección múltiple, dirección. Para el caso de elementos que lo requieran, como selección múltiple, se activará en la parte izquierda una sección nueva de menú 'Elementos de respuesta' donde se puedan definir las opciones o valores con que dará opción de respuesta al usuario.
- respuesta por defecto: opcional.
- copia de respuesta automática: que implica que si el usuario está registrado y ha rellenado un cuestionario similar, se copiarán en principio las respuestas que ya hubiera dado para esta pregunta.

#### **4.10 Temporadas (inicialización)**

Las temporadas son un tiempo de actividad al que asociamos el catálogo del organismo. Lo habitual es que sean anuales, correspondiendo a los periodos de actividad del organismo. Pero se pueden definir temporadas orientadas a cubrir cada tipo de actividad.

También pueden estar superpuestas en el tiempo (más de una activa al mismo tiempo), y estar superpuestas a más de un periodo fiscal / contable del organismo.

Es importante entender, comprender e interiorizar varias cosas:



- muchas comparaciones e informes se basan en temporadas. De ahí que si no englobamos bien la actividad, estos informes pueden perder valor o incluso ser inútiles.
- las temporadas se abren y cierran en función de sus fechas de aplicación. Una vez cerradas, no deben volver a abrirse.
- todas las secciones de configuración de temporada, catálogo y salas se aplican a nivel de temporada. No se cruzan configuraciones de una temporada a otra, y la única forma de aprovechar una configuración (salvo unos pocos casos sueltos) es en el momento de la generación de una temporada, que se puede realizar duplicando una ya existente.


Para las partes de la aplicación que se configuran por temporada, o por temporada + actividad, es necesario hacer previamente la selección de la temporada [+ actividad] activas durante la configuración. Eso se hace pulsando sobre el botón que aparece a la derecha de los iconos de inicio + institución + organismo + canal de venta, de la línea superior; en el ejemplo de la captura de pantalla, es donde pone 'demo SecuTix'.



Una vez pulsado, se abre una ventana que permite seleccionar en qué organismo, temporada y actividad vamos a 'ubicarnos' para continuar la configuración. Caso de cambiar alguno de estos parámetros, se recargará el interfaz situándonos de nuevo en la sección de inicialización de organismo.

La definición de una temporada incluye los siguientes campos: nombre interno, nombre público, código, fecha de inicio, fecha de fin, fecha inicio de venta, -y en parámetros- opciones productos autorizados (sí/no), descuento de las cuotas de aplicación (inicialmente mal traducido en la etiqueta por 'descuento de la cuota de abonados') (sí/no), exceso de reservas permitido (sí/no), [% de exceso permitido], [días máximos de confirmación para opciones], [días de antelación necesarios previo a la función].

Para que una temporada esté activa, es necesario primero validarla, y más tarde ponerla en funcionamiento.

 **DUPLICAR** El botón de duplicar temporada, se concibe como una herramienta para configurar las nuevas temporadas basadas en las ya existentes. Esto se debe a que la mayor parte de las veces una nueva temporada contiene la misma o muy similar información a la temporada anterior.

Pulsando en este botón se generará una nueva temporada, en estado de 'en preparación', para la que debemos tener en cuenta:

- es necesario validar la temporada, las actividades, las configuraciones lógicas, y las tablas de tarifas.
- hay que crear los calendarios de venta y validarlos, y crear los perfiles de actividad para cada actividad y validarlos.

#### 4.11 Subcategorías de público (inicialización)

Las subcategorías de público es la división del público, sobre la división de categorías ya fijada por SecuTix, que necesitamos establecer de cara a formalizar el sistema de tarifas para la oferta.

Se basa en las categorías de público, las cuales están prefijadas por el sistema y son: colectivo abonado, colectivo ocasional, contacto abonado, contacto ocasional, contacto socio, grupo abonado, invitado.

Las categorías de tipo colectivo se mostrarán sólo en los puntos de venta de tipo colectivo, las de contacto en las de tipo un solo contacto, las de grupo en los canales de venta de grupos. Los tipos abonados serán los que se muestren para la obtención de un abono, y los ocasionales serán para la venta 'normal' de clientes que no estén abonado. El contacto socio es aquel que tiene activa una membresía.

#### *Subcategoría de público > Nuevo*



La ficha de subcategorías de público requiere de los siguientes campos: categoría de público, rango (orden en que se muestra), nombre interno, nombre público, código, tipo de público (sólo se usar posteriormente para estudios estadísticos), [cantidad mínima a comprar por internet], [cantidad máxima a comprar por internet].

Debemos generar tantas subcategorías de público como variantes de tarifas vayamos a necesitar después. Por ejemplo: si queremos tener un precio para el público general, otro para jubilados, para mayores de 65 años, poseedores de la tarjeta OcioTurismo, e invitados, será necesario generar una subcategoría para cada uno de ellos como 'contacto ocasional'. Si además, se quiere vender a grupos con esas subcategorías habrá que generar los duplicados para 'colectivo ocasional'. Suponiendo que además se vaya a permitir que la compra de abonos (cada evento de un abono) tenga una tarifa especial para cada uno de esos colectivos, habría que generar también la subcategoría correspondiente bajo las categorías de 'contacto abonado' y 'colectivo abonado'. Añadiendo lo mismo para 'contacto socio' si las tarifas especiales se asocian a alguien que tenga la tarjeta membresía.

Recordamos en este párrafo que las tablas de tarifas son tablas que en sus columnas llevan cada una de las categorías de asiento disponibles, y en sus filas cada una de las subcategorías de público disponibles. Además, estas subcategorías de público se multiplicarán combinatoriamente para el caso de los diversos abonos y membresías disponibles (ver 4.12 Niveles de precio (inicialización)).

La categoría de invitados se clasifica así para poder analizarla conceptualmente, pero no impide que en algún caso (o todos) se puedan establecer precios 0 (invitación a la postre) para los precios asociados al resto de categorías de público.


Por la importancia que puede tener en la visualización posterior, la generación del código de subcategoría de público debería mostrar al máximo posible la condición de la misma, especialmente la categoría de público.

De la misma forma, al numerar los rangos es recomendable utilizar significación numérica. Por ejemplo, usar formato de números XYY, donde X representa la categoría de público, e YY la subcategoría en el orden deseado, manteniendo la numeración para subcategorías a través de las diferentes categorías. Ejemplo del ejemplo, poner 107 a parados en contacto ocasional, 207 en colectivo ocasional, 307 en contacto abonado, 407 ..... aunque los 201 a 06, 301 a 306, .... no existan.

Debe tenerse en cuenta que en algunas configuraciones de la aplicación podemos querer asimilar el uso de subcategorías de público a cupos, o incluso a canales de venta. Esta configuración es posible, pero nunca debe ser realizada sin un análisis completo de sus implicaciones, y sin conocer el modelo de oferta que se va a realizar; para así garantizar que puede representarla.

#### 4.12 Niveles de precio (inicialización)

Tal como se ha introducido en el apartado anterior de 4.11 Subcategorías de público (inicialización), los precios en las tarifas se desarrollan de forma diferente para el público abonado y el que tiene una tarjeta de membresía. Pero como esos precios pueden ser diferentes según el abono o la membresía del cliente, es necesario definir cuántos niveles de precio se van a tener.



CATEGORÍA DE PÚBLICO PRINCIPAL	CÓDIGO	REDUCCIÓN (%)
Abono	Ab10PrDi	10,00
Abono	Ab10PrFi	10,00
Abono	AbCic100	15,00
Miembro	MeAmigPa	15,00

Un nivel de precio se define a partir de un tipo (abono / miembro), y un código. También existe un campo de reducción (%) que no es de aplicación automática (SecuTix no aplica reducciones de precio directas por %, aunque existe una herramienta de cálculo basada en este dato como sistema de asistencia).

#### 4.13 Tipos de tarifa (inicialización)

Define tipos de tarifa, y a cada tipo de tarifa se le asociarán una o varias tablas de tarifas; es decir, no debemos confundir un tipo de tarifa con la tabla de tarifas en sí. Las clasificamos según se usen para eventos, visitas o pases con fecha (luego sólo se podrán usar en cada sitio las de cada tipo). El resto de productos de SecuTix tienen tablas de tarifas asociadas directamente en su ficha.

Los tipos de tarifa se asocian a perfiles de actividad, que al ser asociados a canales de venta determinan qué precios se aplican en cada uno de estos.

Debido a esta variedad de tarifas en función de canales de venta, subcategorías de público, y otros elementos, es conveniente tener el esquema general de tarificación antes de comenzar a introducirlo, para asegurar que el modelo usado es capaz de soportar la tarificación que se quiere aplicar.

Tipo de tarifa: familia de producto, nombre interno, nombre público, código, color.

El color puede ser interesante diseñarlo en función de otros elementos con los que la tarifa vaya a presentarse asociada al público (según canal, cupo, categoría, ....).

#### **4.14 Tipos de producto (inicialización)**

Es una categorización que se usa para clasificaciones posteriores de cada uno de los productos. Se hace para las secciones de tienda, pases con fecha, pases sin fecha, abono, paquetes, producto libre, servicio, bonos y membresías.

Es buena práctica tener al menos un tipo de producto definido por tipo de producto que se tenga diseñado. En caso de que para cada tipo de producto haya varios productos de diferentes naturalezas, es bueno generar un tipo de producto para cada una de esas naturalezas. Por ejemplo: si en servicios tenemos productos que son libros y CDs de acompañamiento a eventos, audioguías para visitas, servicio de aparcamiento, y tarjetas regalo para un comercio cercano, es razonable generar un tipo de producto para cada uno de estos tres tipos.

Tipo de producto: familia, nombre interno, nombre externo, código.

#### **4.15 Gastos simples (inicialización)**

Gastos simples son comisiones por línea de pedido. Es como si fuera los tipos de tarifa, pero para gastos (aquí no se definen valores).

Gasto simple: nombre interno, nombre externo, código, tipo (poner reservas), tipo de operación (venta/reserva, opción, cambio por organización, cambio por cliente), tasa de iva.

La tasa de IVA de un gasto no tiene por qué coincidir con la línea que genera el gasto. El tipo de operación es importante ponerlo bien, ya que cuando realicemos una operación sólo se mostrará el gasto simple (la comisión), si está bien categorizado. Es importante tener en cuenta que si establecemos una comisión de emisión de entrada, probablemente haya que establecer la misma comisión de cancelación de entrada; porque así si se realiza una cancelación, aparecerá esta comisión de cancelación, con signo negativo y se cancelará la comisión inicial. Por supuesto, para el caso de las comisiones por operación sean reintegrables en alguno de los canales.

#### **4.16 Subtemas (inicialización)**

Subtemas es la ramificación de los temas (definidos en organismo), con las que clasificaremos la oferta del catálogo. Es imperativo definir al menos un subtema para cada uno de los temas que se vayan a utilizar, puesto que los eventos/visitas/productos configurables no pueden estar asociados directamente a temas.

La configuración se puede hacer por niveles, y no hay un límite para los niveles disponibles. Un ejemplo de subtemas para una sala de conciertos podría ser: en tema de conciertos, concierto sinfónicos, conciertos de cámara, conciertos infantiles; y en tema varios, servicios adicionales, eventos, y productos accesorios.

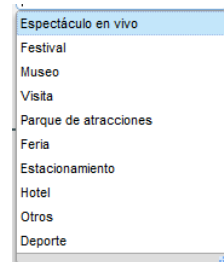
#### **4.17 Actividades (inicialización)**

Actividades se refiere a aquella parte del catálogo de la entidad compuesto de visitas, eventos y competiciones. Lo habitual es registrar una actividad por cada tipo de estas, pero se podrían modelar por separado.

A la hora de configurarlas es necesario tener presente que sólo se podrá configurar una actividad al tiempo (ver caja de selección explicada en el apartado NOTA: poner apartador).

Los campos principales son nombre interno, nombre público, código, familia de producto (mala etiquetación, que debería ser más bien familia de actividad; evento / visita / competición), tipo (ver captura de pantalla), fecha inicio, fecha de fin, fecha de inicio de venta.

Es importante tener en cuenta que las fechas de existencia de un actividad tendrá que estar dentro de las fechas de existencia de la temporada que la contiene; a su vez que las visitas / eventos / competiciones que se engloben en la actividad, deberán estar entre las fechas de esta.



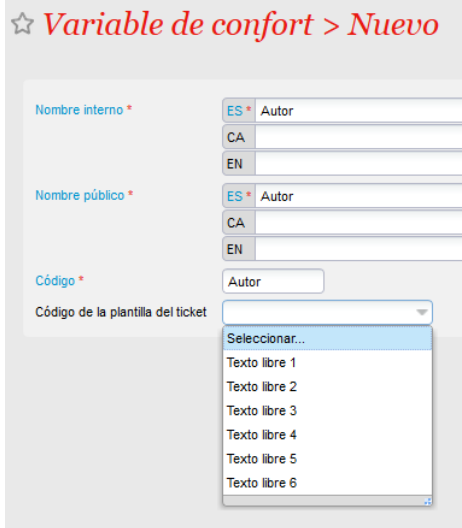

Los campos de la pestaña parámetros son autorización de opción sobre los asientos, descuento de los cupos de abonos (está mal traducido en el interfaz), exceso de reservas permitido [y %], [días de confirmación tras la opción], [días de confirmación de la opción antes de la función], y posibilidad de venta fuera de abono.

#### 4.18 Variables de confort (inicialización)

Son variables que se podrán definir en algunas partes (productos esencialmente) y que mediante los 'campos libres' 1 a 6 permiten definir información ad-hoc que pueda ser controlada luego (como por ejemplo, mostrarla en el ticket)

Variable de confort: nombre interno, nombre público, código, [código de la plantilla de ticket = variable equivalente a referenciar cuando se diseñan las plantillas para tickets].

Ejemplos de variables de confort pueden ser el añadir campos de autor, compositor, año de estreno, localidad de un equipo, .....



#### 4.19 Configuraciones lógicas (sala)

Se basan en las configuraciones físicas y son las configuraciones de sala o espacio que se aplican realmente a cada actividad (evento / visita / campeonato). Necesitamos definir una configuración lógica por cada disposición diferente de la suma de configuración física + distribución de:

- categorías lógicas de asiento
- cupos lógicos
- zonas lógicas
- distribución de selección óptima
- invalidación de asientos.

Todos estos elementos citados son los que sirven para definir la configuración lógica.

En principio, para una configuración lógica ya aplicada a un evento en el que se tiene vendida parte del aforo, se permiten hacer 'todo' tipo de cambios. Pero por motivos de fiabilidad, limitamos el uso a invalidar asientos y reasignar cupos (no se pueden añadir asientos numerados); considerando que luego no se podrán modificar directamente en una sesión. Y cambiar la configuración lógica también debería hacerse sin eliminar lo ya vendido.

Se debe procurar siempre un diseño que no multiplique las configuraciones lógicas en el tiempo en exceso (por la dificultad que tendría luego trabajar con ello).

Para una configuración lógica se necesita: nombre interno, nombre externo, código, distribución de categorías lógicas de asiento, distribución de cupos lógicos, y distribución del mapa de color (configuración óptima de asignación de asientos).

Una configuración lógica se inicia seleccionando una configuración física. A esta le añadimos una cantidad de aforo de seguridad (mayorado o no frente al máximo real, según las condiciones en que vayamos a usar la configuración), una imagen que se presentará al seleccionar asientos, nombre interno, nombre público, código, e información sobre disponibilidad de subtítulos.

Diferentes configuraciones lógicas, con diferente nombre interno, basadas en la misma configuración física (e incluso en diversas configuraciones físicas) será razonable que lleven el mismo nombre público; puesto que las diferencias de configuración son irrelevantes para el público que siempre asociará la misma sala con el mismo nombre.

#### 4.19.1.1 Categorías lógicas de asiento

Es la relación que establecemos entre las categorías generales de asiento disponibles en la aplicación, y las categorías lógicas específicas de esta configuración. La relación es de una de las primeras a una o ninguna de las segundas; y su nombre puede variar.

		+ NUEVO - SUPRIMIR				
RANGO	CATEGORÍA DE ASIENTO	NOMBRE INTERNO	CÓDIGO	COLOR	OPCIÓN AUTORIZADA	
1	A	Zona A	ZonaA	Texto	no	
2	B	Zona B	ZonaB	Texto	no	
3	C	Zona C	ZonaC	Texto	no	
4	D	Zona D	ZonaD	Texto	no	
5	E	Zona E	ZonaE	Texto	no	
6	VIP	Palcos VIP	Zona0	Texto	no	

#### 4.19.1.2 Zona lógica

Las zonas lógicas son la aplicación directa de las zonas definidas en el mapa de base. Lo que se muestra en esta sección es la aplicación. Aunque parezca que sólo se puede realizar consulta de datos, haciendo una pulsación doble sobre cada línea podemos acceder a una pantalla con información extendida de la zona, y donde se permite cambiar -para y entre

zonas no numeradas- la asignación de cupos de asientos, así como la cantidad de ellos que deben estar bloqueados, y su categoría de asiento asignada.

ZONA FÍSICA	CÓDIGO	TIPO	CATEGORÍA DE ASIENTO	AFORO FÍSICO	AFORO LÓGICO MÁX.	AFORO LÓGICO	AFORO DISPONIBLE
Central dcha	CentDcha	Numerado		421	421	179	179
Central izda	CentIzda	Numerado		421	421	169	167
Lateral dcha	LateDcha	Numerado		269	269	0	0
Lateral izda	Latelzda	Numerado		269	269	0	0
NoNumerada	NoNum	Asiento no nume...	General No Numerada	1 380	1 380	1 032	1 032

### Zona lógica

Zona física: *NoNumerada*

Tipo de numeración: *Asiento no numerado*

Aforo físico: 1 380

Aforo lógico máx. \*

Número no válido \*  Están bloqueados \*

Aforo lógico: 1 032

Están bloqueados  (suma de cupos bloqueados)

Aforo disponible: 1 032

Categoría de asiento \*

Acceso: *Acceso unico*

Lounge:

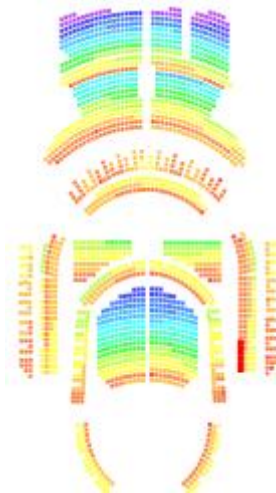
#### 4.19.1.3 Mapa

La edición del mapa de sala se realiza para realizar la asignación a cada asiento de sus características puntuales de último nivel, así como para dibujar el mapa de calor (según el cual se realiza la selección óptima de asientos de forma automática).

En la sección de herramientas podemos utilizar los diferentes modos de visualización para ayudarnos de la representación visual adecuada, y así poder confirmar a ojo las configuraciones. Los modos de visualización disponibles son: configuración físicas, categorías + cupo, categorías, cupos, zonas físicas, bloques físicos, plantas, acceso, cualidades de asiento, selección óptima (mapa de temperatura), entradas controladas, invalidaciones de asiento, clasificaciones, hospitalidades asociadas, y asientos con algún tipo de observación.



La coloración de estos mapas es automática. En la parte derecha siempre hay una miniatura del mismo para facilitar la navegación y la referencia.



Mapa de temperaturas








Cupos y categorías



Categorías

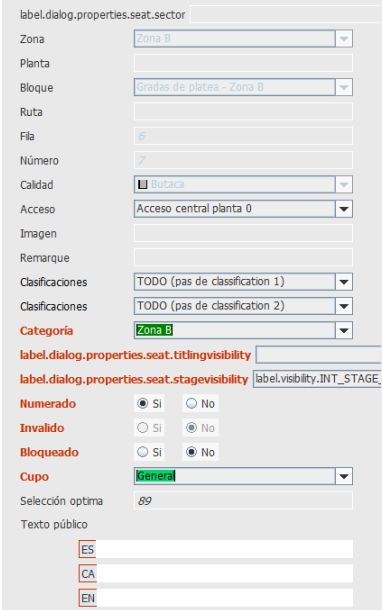
Las opciones de la barra de menú se activarán siempre y cuando haya algún asiento seleccionado. Las acciones más relevantes son:

-  : permite la selección en forma poligonal libre de asientos. Se genera el polígono definiendo cada uno de sus puntos, y se completa cuando el último punto marcado coincide con el primero.
-  : bloqueo y desbloqueo de asientos seleccionados.
-  : invalidar y revalidar asientos seleccionados.
-  : el primero de ellos se pulsa y a continuación se pincha en algún asiento y se pinta un óvalo. Ese óvalo determinará un mapa de temperaturas. Repitiendo la acción por zonas definidas, tendremos una distribución óptima que respete las diferentes zonas de la sala. Si usamos el segundo botón, la distribución se entenderá total para la sala (lo que puede ser una buena idea hacer en primera instancia, pero luego ya no, puesto que la distribución se basa en distancia en el mapa, y no tiene en cuenta la pertenencia a distintos pisos y otros factores). El tercer botón permite establecer equivalencia de 'bondad' entre dos asientos, lo que permite establecer una correlación entre los asientos de zonas / categorías diferentes.

 Despliega una ventana que muestra las características del asiento(s) seleccionado(s). En caso de múltiple selección, los valores que no coinciden se muestran sombreados y no editables.

Los valores principales son:

- Calidad.
- Categoría: a asociar las categorías lógicas definidas, de las que habrá sido obligatorio definir al menos una.
- Visibilidad de escenario: normal, escasa o nula.
- Numerado: sí / no.
- Invalidez: sí / no.
- Bloqueado: sí / no.
- Cupo: a seleccionar de entre los que se configuraron inicialmente.



label.dialog.propiedades.seat.sector

Zona: Zona B

Planta:

Bloque: Gradass de platea - Zona B

Ruta:

Fila: 8

Número: 7

Calidad: Buftaca

Acceso: Acceso central planta 0

Imagen:

Remarque:

Clasificaciones: TODO (pas de classification 1)

Clasificaciones: TODO (pas de classification 2)

Categoría: Zona B

label.dialog.propiedades.seat.titling.visibility

label.dialog.propiedades.seat.stage.visibility label.visibility.INT\_STAGE

Numerado:  Sí  No

Invalidez:  Sí  No

Bloqueado:  Sí  No

Cupo: General

Selección óptima: 89

Texto público:

ES

CA

EN



- Texto público: que se muestra al cliente en el mapa de selección de asientos.

Cat : **Zona B** Cupo : **General** : botones de asignación directa de categoría y cupo.

Es importante hacer la aclaración de que un asiento invalidado deja de contar como un asiento de la sala; mientras que un asiento bloqueado sigue estando disponible para el recuento; lo único que no se permite seleccionarlo. Alguna de las repercusiones que tiene esto es, por ejemplo, el diferente comportamiento que se obtendrá en el aviso sobre aforo disponible. En principio, no se deben invalidar los asientos sobre los que haya duda de si se pondrán de nuevo a disposición.

Una vez acabada la edición del mapa, hay que ir al menú -> herramientas, y ejecutar la validación; a continuación, grabar la configuración. Si la configuración no se valida en mapa, luego no se podrá validar en la opción de validar que aparece en el menú de la izquierda.

#### 4.19.1.4 Cupos lógicos no numerados

En esta sección se permite asignar las zonas no numeradas, a los cupos definidos. Se realiza en forma de tabla, y que los asientos no numerados no tienen representación gráfica asociada.

De la misma forma que para los numerados, también se asigna la categoría de asiento; siendo la misma para todos los asientos de un mismo área.

<span>✎ CAMBIAR CATEGORÍA DE ASIENTO</span> <span>✖ INVALIDAR</span> <span>✓ REVALIDAR</span> <span>✎ CAMBIAR CUPO</span> <span>🔒 (DES)BLOQUEAR ASIENTOS</span>								
ÁREA	CATEGORÍA DE ASIENTO	CUPO	CUOTA	BLOQUEADO	DISPONIBLE	INVALIDADO	INVALIDADO BLOQU...	MÁX INDICADOR L...
NoNumerada	General No Numerada	Abono Auditori	100	0	100			
NoNumerada	General No Numerada	B1   B2	60	0	60			
NoNumerada	General No Numerada	Convidats	100	0	100			
NoNumerada	General No Numerada	Cupo Venda No nume...	545	0	545			
NoNumerada	General No Numerada	Marketing	86	0	86			
NoNumerada	General No Numerada	Prensa	45	0	45			
NoNumerada	General No Numerada	Protocol	46	0	46			
NoNumerada	General No Numerada	Susto	50	0	50			
<b>NoNumerada</b>			<b>1032</b>	<b>0</b>	<b>1032</b>	<b>348</b>	<b>0</b>	<b>1380</b>

#### 4.19.1.5 Visualización

NOTA: esta sección corresponde a una nueva funcionalidad que se documentará próximamente.

#### 4.20 Tablas de correspondencia (sala)

Tablas de correspondencia son unas tablas donde se permite asociar diferentes categorías de asiento lógicas, correspondientes a diferentes configuraciones lógicas, contra las generales definidas. Esto es necesario para cuando se configura un abono o cualquier otro tipo de venta donde bajo una categoría única queremos 'resumir' o representar diferentes categorías de los diferentes eventos o visitas englobados, que al no referirse a una misma configuración lógica no tienen una correspondencia uno a uno de categorías.

### Categoría de asiento: Correspondencia Abono Sala Modernista > Zona B

Categoría de asiento \*

Nombre interno \*  
 ES \* Zona B  
 CA  
 EN

Nombre público \*  
 ES \* Zona B  
 CA  
 EN

Código \*

**Categoría de asiento (lógicas)**

Organismo \*

Temporada \*

Categorías de asiento (lógicas)

TODO No seleccionadas	Seleccionadas
Espacio de visitas (110) > General	Sala Modernista zonas insertadas prueba 0 > Zona
Espacio de visitas (55) > General	
Sala Modernista 01 > Butacas platea (A)	
Sala Modernista zonas insertadas prueba 0 > Zona	
Sala Modernista zonas insertadas prueba 0 > Zona	
Sala Modernista zonas insertadas prueba 0 > Zona	
Sala Modernista zonas insertadas prueba 0 > Zona	
Sala Modernista zonas insertadas prueba 0 > Palco	

Una vez definida la categoría, con nombre interno y código, se accede a realizar la asignación en función de las categorías ya existentes.

#### 4.21 Tablas de tarifas (catálogo)

Son los valores de tarifas a aplicar al tipo que sea de actividad. Se aplican por perfil de actividad a cada evento o visita, y se pueden definir diferentes tarifas para la tabla de subcategorías de público \* categorías de asientos, que luego aplicaremos a cada canal.

Primero se define su nombre interno, nombre público y código. Es importante conceptualizar al principio cómo se estructurarán las tablas, para poder nominarlas y codificarlas de una forma significativa.

A continuación se definen sus valores. En el momento de abrir una tabla se mostrarán sólo las filas y columnas que contengan algún valor. Pero para poder definirlos existe una zona previa de selección de filtros a aplicar, dividida en categorías de asiento, subcategorías de público, y niveles de precios. En cada una de estas ventanas se verán los valores que tengamos definidos. Debemos pensar que las categorías mostradas son las generales, y su aplicación a una sala en particular se hará según la relación que se realizará en la configuración lógica correspondiente.

**Filtros de tarifas**

Categorías de plazas \*

Categorías de plazas no asociadas: Cbis

Categorías de plazas asociadas: A, B, C, D, E, VIP

Sub-cat de público \*

Sub-cat de público no asociadas:
 

- Ocasional
  - Contacto ocasional
  - Colectivo ocasional
- Abono
  - Contacto abonado
- Invitado
  - Invitado (libre de impuestos Niños (InNiños))

Sub-cat de público asociadas:
 

- Ocasional>Contacto ocasional>Público (individual) (
- Ocasional>Contacto ocasional>Aerobus (COAerobi
- Ocasional>Contacto ocasional>Barcelona Card (CO
- Ocasional>Contacto ocasional>BGB (COBGB)
- Ocasional>Contacto ocasional>Bus Turístico (COBus
- Abono>Contacto abonado>Público (individual) (CAF
- Invitado>Invitado (libre de impuestos>Invitaciones P
- Abonado>Contacto abonado en el abono>Público (i

Niveles de precios

Niveles de precios no asociados:

Niveles de precios asociados: Ab10PrDi, Ab10PrFi, AbCic100

LIMPIAR FILTROS MOSTRAR TARIFAS

Una vez seleccionados los valores que queremos ver, pinchamos en aplicar tarifas, y se mostrará la tabla de valores. Todo aquel valor de tabla que no se establezca (que no es lo mismo que tenerlo a 0), será una combinación de categoría de asiento + subcategoría de público que no podrá estar disponible en taquillas.

CALCULAR PRECIO EXPORTAR A EXCEL

CATEGORÍAS DE ASIENTO (EUR)

CAT. PUB.	SUBCAT. PUB.	NIVELES DE PRECIOS	A	B	C	D	E	VIP	ACCIONES
OccCont	COPublnd		100,00	65,00	30,00	25,00	15,00		X
		COAerobu	80,00	52,00	24,00	20,00	12,00		X
		COBarCar	80,00	52,00	24,00	20,00	12,00		X
		COBGB	100,00	65,00	30,00	25,00	15,00		X
		COBusTur	80,00	52,00	24,00	20,00	12,00		X
AboDCont	CAPublnd	Ab10PrDi	90,00	59,50	27,00	22,50	13,50		X
		Ab10PrFi	90,00	59,50	27,00	22,50	13,50		X
		AbCic100	90,00	59,50	27,00	22,50	13,50		X
InvExo	InInvPal						0,00	X	
AboCont	CAPublnd	Ab10PrDi	90,00	59,50	27,00	22,50	13,50		X
		Ab10PrFi	90,00	59,50	27,00	22,50	13,50		X
		AbCic100	90,00	59,50	27,00	22,50	13,50		X

El botón 'calcular precio' sirve para rellenar automáticamente las casillas de las subcategorías de público en base al % establecido en la definición de niveles de precio. Sólo se rellenarán las casillas que estén vacías. (NOTA: pendiente de ver cómo identifica de qué categoría tomar los precios de referencia). En todo caso, el valor calculado es estático, y no

variará ni con cambios en la definición de nivel de precio ni con cambios en los precios de referencia.

En las tablas mostradas observamos que para cada nivel de precio aparecen dos ‘categoría’ extra: AboDCont y AboCont. AboDCont representa los precios que se aplicarán cuando el evento / visita comprado se encuentre dentro de un abono; AboCon representa los precios que se aplicarán cuando el evento / visita comprado esté fuera de un abono. Y en todo caso, para ambas cosas, son los precios aplicados a abonados, o que se estén convirtiendo en abonados (estas categorías son necesarias para calcular los precios en un abono).

También se pueden definir subtablas de tarifas. Estas son otras versiones de la tabla, asociadas al mismo tipo de tarifa y, obviamente, representando la misma tabla de tarifas, que se aplican cuando se definen paquetes y ventajas (son productos del catálogo). Una forma razonable de nombrar las subtablas es haciendo referencia al paquete o al tipo de ventaja (promoción) a que se van a aplicar (como se ve en la captura de pantalla adjunta).

NOMBRE INTERNO	CÓDIGO	ESTADO
✓ Fiesta del Teatro	FieTeatr	Validado
✓ Socios al 20%	SocAl20	Validado
✓ Socios al 50%	SocAl50	Validado

#### 4.22 Tablas de gastos simples (catálogo)

Es respecto de gastos simples lo mismo que tabla de tarifas respecto de tipos de tarifas, aunque los gastos simples se configuran sólo en función de subcategoría de público, y no en según categoría de asiento.

Una opción razonable de configuración es configurar tablas de gastos en función del tipo de producto y canal de venta a que se va a aplicar. Puesto que, además, estas tablas de gastos se asocian luego a nivel de canal de venta para cada producto, asociándolas a nivel de perfil de actividad.

NOMBRE INTERNO	CÓDIGO	ESTADO	GASTOS SIMPLES
✓ Comisión venta abonos TS	ComVenAb	Validado	Comisión venta
✓ Comisión venta Concieros TS	ComVenCo	Validado	Comisión venta
✓ Comisión venta Visitas TS	ComVenVi	Validado	Comisión venta

Los parámetros de tabla de gastos simples: nombre interno, nombre público, código, tipo de gastos simples (lo que se haya definido como gastos simples).

A continuación se define la tabla que para cada subcategoría de público permite definir si el gastos es obligatorio o modificable, y su cantidad fija o en porcentaje, con la posibilidad de limitarla en el último caso tanto superior como inferiormente.

Obsérvese que aunque el gasto simple (‘comisión’) no está establecido en función de la categoría de asiento, al poder expresarse en porcentaje se está ofreciendo una ligadura aproximada a este concepto a través del precio de adquisición.

#### 4.23 Entradas simples (catálogo)

Las entradas simples hacen referencia a los tickets que se venden al público de forma que acceda a una única sesión o representación o visita, en un momento dado del tiempo y del espacio. Tienen fecha y hora, y otro tipo de asociaciones de información.

Las entradas simples presentan una configuración similar para eventos, visitas y competiciones deportivas. Aunque en este manual no se incluyen especificaciones de la última opción.

Las entradas simples se definen en varios pasos:

- determinación de su calendario de venta.
- definición de los eventos / visitas.
- definición de las sesiones disponibles.
- comprobación y activación de las sesiones.
- inclusión en un perfil de actividad.

Para el caso de las visitas, estas pueden ser más tarde complementadas con la gestión de guías, y otros datos.

#### **4.24 Entradas simples -> Calendarios de venta (catálogo)**

Un calendario de venta es un conjunto de periodos de venta, definidos de forma absoluta o en referencia a los eventos / visitas a los que se va a aplicar. Se asocian a nivel de canal de venta, a través del perfil de actividad. También se puede limitar su aplicación por categorías de público, permitiendo así diferenciar aplicación por colectivos.


El comienzo de un periodo puede ser una fecha absoluta, o un plazo referido al día de la sesión. El fin de las ventas puede ser una fecha absoluta, el inicio del evento más un 'rato' de flexibilidad (imaginemos vender entradas para un concierto hasta un cuarto de hora después de iniciado, suponiendo que no importe que se pierdan a los teloneros), o a un plazo referido al día de la sesión.

Puesto que podemos referir un plazo de venta a una categoría de público, tenemos la posibilidad de establecer plazos de venta diferentes para grupos, abonados, invitados y no abonados

### Periodo de venta : Todos los días > Todas

**Comienzo de las ventas \***

Fecha

Fecha de comienzo:  

Hora de comienzo:

Días antes de la sesión

Días antes de la sesión:


Hora de comienzo:

**Fin de las ventas \***

Ninguno

Comienzo de la sesión + flexibilidad de horario

Fecha

Fecha de fin:  

Hora de fin:

Días antes de la sesión

Días antes de la sesión:

Horas antes de la sesión:

**Categorías de público \***

Todas

Lista

*Categorías de público no asociadas*

- Colectivo abonado
- Colectivo ocasional
- Contacto abonado
- Contacto ocasional
- Contacto socio
- Grupo abonado
- Invitado (libre de impuestos)

*Categorías de público asociadas*

➡
➡
⬅
⬅

Los eventos seleccionados de un calendario de venta se muestran sólo a título informativo, y es desde la configuración de cada evento desde donde se asignan a estos los calendarios de aplicación, combinándolo con los canales de venta de aplicación.

## 4.25 Entradas simples -> Eventos (catálogo)

La definición de un evento incluye una serie de elementos varios. Es conveniente para dar de alta un evento configurar estas pestañas de forma secuencial, y no debe olvidarse que en el apartado siguiente de 4.27 Entradas simples -> Sesiones (catálogo) debe comprobarse la puesta en funcionamiento de las sesiones.

### 4.25.1 Eventos - General

Los parámetros generales de un evento incluyen:

- nombre interno.
- nombre público.
- nombre público corto.
- descripción pública: este campo, al igual que otros, aunque se desaconseja hacerlo en los de nombres, permite el uso de html incrustado. Incluso, y aunque no está oficialmente homologado, se puede conseguir insertar elementos dinámicos (videos, imágenes) a través de su referenciación.
- código: se aconseja tener planteado una política de codificación de eventos, y no dejar esta codificación al azar.

- tasa de IVA.
- porcentaje de alerta: es el porcentaje (de entradas libres) que al alcanzarse dará lugar al aviso en naranja para el cliente de localidades limitadas disponibles. Una vez que se agoten todas, el color de pintado de las sesiones será rojo. El original es el verde.
- plantilla de entrada: es la plantilla de ticket que se debe utilizar para este evento. Se recomienda repasar el apartado de plantillas de ticket (NOTA; referencia cuando esté escrito) sobre sugerencias para tickets.
- URL de descripción internet: es la página de la web del cliente a la que se accederá al pulsar el botón de 'más información' en el TicketShop.
- cuestionario: es una nueva funcionalidad que se documentará en el futuro (NOTA).

☆ **Eventos > Cantatas de Buxtehude**

**General**

Variables de comodidad

Subtema

Calendario

Asignación de las tablas de tarifas

Asignación de las tablas de gastos simples

Asignación de los calendarios de venta

Perfiles de actividad

Validación

**Control de acceso**

Sincronizador

**General**

**Parámetros**

**Estado** *En funcionamiento*

**Nombre interno \***

CA

EN

**Nombre público \***

CA

EN

**Nombre público corto \***

CA

EN

**Descripción pública**

ES

CA

EN

**Código**

**Tasa IVA**

**Porcentaje de alerta \***

**Plantilla de entrada**

**URL de descripción Internet**


**Cuestionario \***  sí  no

**Notas**

Parámetros incluye la siguiente configuración relevante (aparte de alguna otra):

- complemento de nombre. (NOTA: qué)
- descripción interna: (NOTA: qué).
- logo 1: es la imagen que acompaña al evento (a la izquierda del texto) en el ticketshop. También accesible para impresión en el ticket. Tamaño a no superar los 200kb, y se recomienda que no sea muy grande, aunque el espacio en el que se muestra obligará a su redimensionamiento.

- tipo de público: infantil, jóvenes, tercera edad, todos los públicos. Permite una selección posterior.
- sub-títulos disponibles: sí / no.
- lista de espera permitida.
- autorizado dentro de un abono: sí / no.
- contramarca permitida: (NOTA: ver qué).
- ticket de productor: característica que permite asociar un ticket específico a este evento, como patrocinado por una tercera parte. (NOTA: cómo)

Complemento de nombre (público)	ES	<input type="text"/>
	CA	<input type="text"/>
	EN	<input type="text"/>
Descripción interna	ES	<input type="text"/>
	CA	<input type="text"/>
	EN	<input type="text"/>
Logo 1	 <input type="button" value="..."/> <input type="button" value="🗑️"/>	
Tipo público *	<input type="text" value="Todos los públicos"/>	
Idioma	<input type="text" value="Seleccionar..."/>	
Edad mínima	<input type="text"/>	
Flexibilidad de horario	<input type="text"/> (hh.mm)	
<hr/>		
Sub-títulos disponibles *	<input type="radio"/> sí <input checked="" type="radio"/> no	
<hr/>		
Lista de espera permitida *	<input type="radio"/> sí <input checked="" type="radio"/> no	
<hr/>		
<b>Abonos :</b>		
Autorizado dentro de un abono *	<input checked="" type="radio"/> sí <input type="radio"/> no	
Contramarca permitida *	<input type="radio"/> sí <input checked="" type="radio"/> no	
<hr/>		
Ticket de productor *	<input type="radio"/> sí <input checked="" type="radio"/> no	
<hr/>		
Productor / Asociado	<input type="text" value="Seleccionar..."/> <input type="button" value="🗑️"/>	
1er número del catalogo de las sesiones	<input type="text"/>	
Confirmación después de la reservar (días)	<input type="text" value="1"/>	
Confirmación antes de la sesión (días)	<input type="text" value="1"/>	

#### 4.25.2 Eventos -> Variables de comodidad y Subtema

Para establecer el valor de alguna de las variables de comodidad definidas en la inicialización. También para establecer el subtema del evento. Un evento puede pertenecer a más de un subtema.



### 4.25.3 Eventos -> Calendario

Es la sección que permite definir las sesiones de los eventos (o los turnos de las visitas). Es menester utilizarla en orden para la generación correcta de las sesiones, que en todo momento quedan listadas en la parte inferior de la pantalla.

Los pasos a realizar son:

- seleccionar los días en el calendario. Al pinchar sobre un día se marca o desmarca, sin afectar al resto de la selección. Pinchas sobre el número de semana cambia el estado de la semana entera; y lo mismo con el nombre del día, o el nombre del mes. Si nos movemos entre meses, la selección de cada mes seguirá estando activa.
- para cada día de la semana que está representado en la selección de fechas, escribir todas las horas en que habrá sesión (o pase de visita). En la pantalla de ejemplo, se muestra que para el sábado habrá dos sesiones.
- clasificar el tipo de tarifa: debe observarse que tipo de tarifa no es tabla de tarifa, que se seleccionará más tarde.
- seleccionar sitio, lugar y configuración lógica, cuyas opciones irán apareciendo de forma dinámica.
- introducir hora de inicio (en realidad, hora de apertura).
- introducir duración; dato opcional, que si se escribe lleva a que en la compra de entradas se muestre tanto la hora de inicio como la hora de salida aproximada del evento.
- establecer si es entrada canjeable: NOTA qué.
- configurar si es ticket nominal; indica si es obligatorio imprimir los tickets con nombre y apellido. Esto sólo es aplicable para el TicketShop.
- poner la tasa de IVA.
- Pinchas en añadir. El sistema nos estará mostrando todo el rato cuántas sesiones se van a añadir.

De la descripción anterior, resulta fácil ver que para un mismo evento podemos configurar sesiones con diferentes configuraciones lógicas, tarifas, IVA y alguna cosa más. Las sesiones se acumulan en la lista inferior, y mientras no se hayan realizado ventas contra ellas, es posible suprimirlas.

Las sesiones se crean sin validar ni poner en funcionamiento. Y es necesario ambas cosas antes de que aparezcan como oferta comprable.

**Calendario**

2014»

October

lu	ma	mi	ju	vi	s&	do
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

**Horarios**

	LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIÉ	SÁB	DOM
Horarios n°1				20:30	20:30	19:00	20:00
Horarios n°2						21:00	
Horarios n°3							

**Tipo de tarifas:** \*

**Sitio:**

**Lugar:**

**Configuración lógica:**

**Comentarios:**

**Hora de inicio:**

**Duración:**

**Calificación:**

**Número de descansos:**

**Entrada canjeable:** \*  sí  no

**Ticket nominal:** \*  sí  no

**Número de licencia:**

**Logo adicional:**

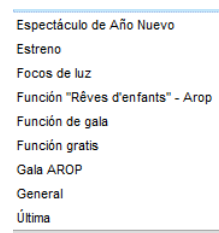
**Tasa IVA:** \*

Creación de 7 sesion(es). Número total después de crear la sesión: 8.

DÍA	FECHA	ESTADO	TIPO DE TARIFA	SITIO	LUGAR	CONFIGURACIÓN LÓGICA	AFORO DISPONIBLE	PLANO	NUM CATÁLOGO
Domingo	28/12/2014 20:30	En funcionamiento	Conciertos Palau	Palau de la Música Cata...	Sala de conciertos	Sala Modernista zonas insertadas prue...	2 045	sí	1048

Y por último se validará el evento. La validación implica la validación de las sesiones; aunque deberá repetirse la validación (independientemente de que el evento esté en preparación o en funcionamiento) para las nuevas sesiones que se generen posteriormente.

Para el caso de sesiones con características especiales, se puede utilizar el botón 'modificar sesiones' que abrirá una pantalla en la que podremos cambiar: la hora de apertura, la duración, la calificación (ver modos en pantallazo adjunto), el número de descansos, la forma de selección de asientos, el logo asociado, si es entrada canjeable, si el ticket es nominal, el número de licencia, y la tasa de IVA.



Durante la inserción de sesiones, el sistema nos avisará si en algún momento estamos intentando insertar dos que se superponen en el tiempo y el espacio.

#### 4.25.4 Eventos -> Asociación de las tablas de tarifas

Para cada uno de los tipos de tarifas que se hayan insertado a través de la creación de sesiones, será necesario asociar la tabla de tarifas correspondiente. Pinchando en nuevo se nos preguntará por esta asociación; de la que podremos consultar sus valores pulsando sobre cada línea generada.

Sólo se podrá asociar una tabla de tarifas por cada tipo de tarifas.

#### 4.25.5 Eventos -> Asociación de tablas de gastos simples

Al igual que en el caso anterior, podremos asociar para cada tipo de tarifa un tabla de gastos simples. Puesto que esta asociación no tiene por qué ser la misma para todos los canales de venta, podremos generar varias líneas con diferentes tablas de gastos simples para el mismo tipo de tarifa.

### Tabla de gastos simples: Cantatas de Buxtehude > Nuevo

Tipo de tarifa \*

Tabla de gastos simples \*

Canales de venta \*

Todos los canales de venta

Lista

*Canales no asociados*

- Barcelona.de - Test
- GetYourGuide - Test
- Grupos - Test
- Taquillas - Test

*Canales asociados*

#### 4.25.6 Eventos -> Asociación de los calendarios de venta

Asociación de los pares calendario de venta + canal de venta. De nuevo, sólo se puede asociar un calendario a una combinación de canales.

#### 4.25.7 Eventos - Perfiles de actividad

Asocia el evento a los perfiles de actividad.

#### 4.26 Entradas simples -> Visitas (catálogo)

La configuración de visitas es igual a la configuración de eventos.

Sin embargo, la estrategia que podamos seguir en su configuración necesite ser algo diferente. Si bien al generar eventos acumulamos un gran número de ellos, con un número limitado de sesiones por cada uno, con las visitas sea al revés y para un número limitado de visitas generemos un número alto de sesiones para cada una.

Debemos tener en cuenta que visita no responde a la idea común de ‘una visita en un momento dado’; a esto le llamamos sesión. Visita es el concepto de la visita. Por ejemplo, las visitas que se realizan siempre al mismo sitio son una visita.

En los casos en los que queremos hacer diferenciación de idiomas, puede ser necesario realizar una visita por cada idioma, ya que este no se toma en cuenta para la presentación de la oferta ni para la planificación.

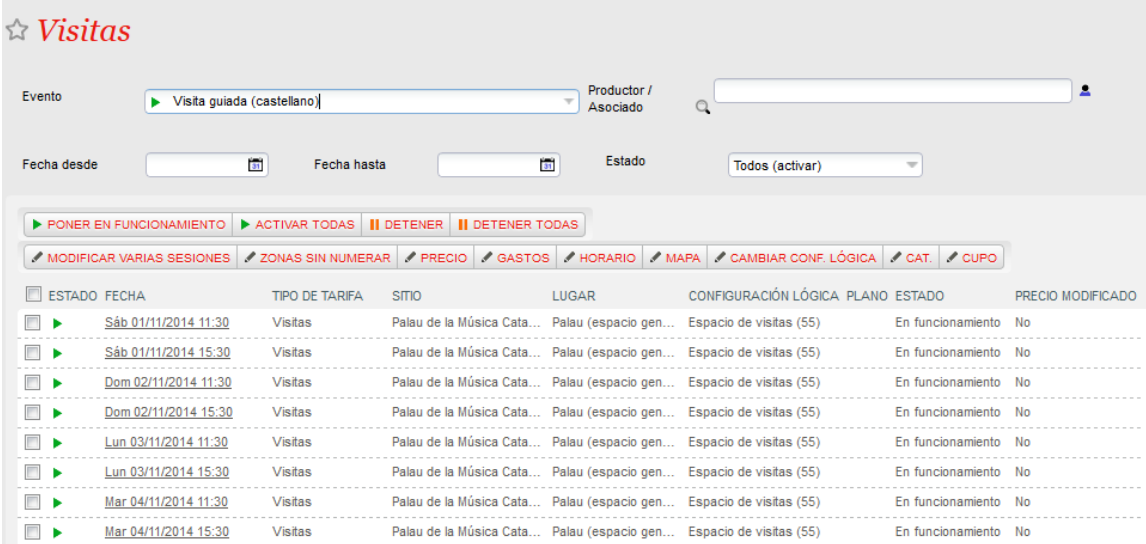
NOMBRE INTERNO	CÓDIGO	ESTADO	FECHA PRIMERA SESIÓN	FECHA ÚLTIMA SESIÓN	NUM. SESIONES
▶ Visita guiada (castellano)	VisGuiES	En funcionamiento	30/09/2014	28/02/2015	183
▶ Visita guiada (catalán)	VisGuiCA	En funcionamiento	30/09/2014	28/02/2015	84
▶ Visita guiada (francés)	VisGuiFR	En funcionamiento	30/09/2014	28/02/2015	212
▶ Visita guiada (inglés)	VisGuiEN	En funcionamiento	30/09/2014	28/02/2015	485
▶ Visita guiada (ruso)	VisGuiRU	En funcionamiento	30/09/2014	28/02/2015	82

Otra configuración que puede resultar recomendable es diferenciar entre visitas programadas para el público general, y visitas realizadas expresamente para grupos. Puesto que la gestión de la información es diferente (una será información genérica, y la otra predefinida); y probablemente la propia gestión de ventas se realice también según el caso.

## 4.27 Entradas simples -> Sesiones (catálogo)

La opción de sesiones nos permite buscar con un filtro las sesiones que hay para cada visita. Debemos comprobar siempre al introducirlas en Eventos / Visitas que las sesiones generadas han quedado en modo 'en funcionamiento'. De lo contrario, no estarían disponibles.

[El botón 'activar todas' debería decir 'poner en funcionamiento todas']



☆ **Visitas**

Evento:  Productor / Asociado:

Fecha desde:  Fecha hasta:  Estado:

ESTADO	FECHA	TIPO DE TARIFA	SITIO	LUGAR	CONFIGURACIÓN LÓGICA	PLANO	ESTADO	PRECIO MODIFICADO
<input type="checkbox"/>	Sáb 01/11/2014 11:30	Visitas	Palau de la Música Cata...	Palau (espacio gen...	Espacio de visitas (55)		En funcionamiento	No
<input type="checkbox"/>	Sáb 01/11/2014 15:30	Visitas	Palau de la Música Cata...	Palau (espacio gen...	Espacio de visitas (55)		En funcionamiento	No
<input type="checkbox"/>	Dom 02/11/2014 11:30	Visitas	Palau de la Música Cata...	Palau (espacio gen...	Espacio de visitas (55)		En funcionamiento	No
<input type="checkbox"/>	Dom 02/11/2014 15:30	Visitas	Palau de la Música Cata...	Palau (espacio gen...	Espacio de visitas (55)		En funcionamiento	No
<input type="checkbox"/>	Lun 03/11/2014 11:30	Visitas	Palau de la Música Cata...	Palau (espacio gen...	Espacio de visitas (55)		En funcionamiento	No
<input type="checkbox"/>	Lun 03/11/2014 15:30	Visitas	Palau de la Música Cata...	Palau (espacio gen...	Espacio de visitas (55)		En funcionamiento	No
<input type="checkbox"/>	Mar 04/11/2014 11:30	Visitas	Palau de la Música Cata...	Palau (espacio gen...	Espacio de visitas (55)		En funcionamiento	No
<input type="checkbox"/>	Mar 04/11/2014 15:30	Visitas	Palau de la Música Cata...	Palau (espacio gen...	Espacio de visitas (55)		En funcionamiento	No

Las acciones que se muestran en los botones se ejecutarán para las líneas seleccionadas. Estas acciones son:

- modificar varias sesiones: con el mismo efecto que 'modificar sesiones' de la pestaña Calendario de la opción de definición de visitas / eventos.
- zonas sin numerar: aplicable a una sola línea. De la ventana que abre, la opción de *Zonas sin numerar* presenta un listado de categorías de asiento, con una serie de opciones.



ÁREA	CATEGORÍA DE ASIENTO	CUPO	CUOTA	BLOQUEADO	ASIGNADO
Espacio de visitas	General	General	55	0	0
Espacio de visi...			55	0	0

- Cambiar categoría de asiento: para la categoría y áreas seleccionadas, permite cambiar a otra área y categoría (la cuota de asientos que el presente representa).
  - Invalidar: presenta una venta, donde se puede seleccionar por áreas cualquiera de los cupos definidos y variar el número de asientos invalidados.
  - revalidar: para los asientos invalidados, permite revalidarlos asignándolos a un área y cupo determinado.
  - cambiar cupo: permite transferir un número de asientos (entradas) entre dos cupos.
  - (des)bloquear asientos: permite definir (aumentar o reducir) el número de asientos considerados bloqueados para un cupo.
- precio: aplicable a una sola línea. Abre una venta igual que la anterior opción, sobre el el menú de *Precio básico / modificado*, permitiendo cambiar la tabla de precios asignada a la sesión.

- gastos: aplicable a una sola línea. Lo mismo que para precio, pero para gastos. Para acceder a la tabla de gastos modificable hay que pinchar en la línea de gastos, en la parte que no es el nombre de la tabla de gastos asociada. Si pinchamos en esta, lo que se abrirá es esta tabla en modo lectura.
- horario: para varias sesiones, permite definir una nueva fecha y hora. Si con ello se hace que varias sesiones coincidan (misma fecha y hora para todo), pedirá permiso para realizarlo, ya que en principio se supone que estamos ocupando el mismo espacio por duplicado (no tiene sentido). En realidad, como el campo obligatorio es la hora, sólo tiene sentido seleccionar múltiples líneas si son de diferentes días (y no se cambia este dato).
- mapa: abre la venta de mapa y muestra la configuración.
- cambiar configuración lógica: para sesiones en estado suspendido, permite seleccionar una configuración lógica diferente de la actual. Esta opción debe usarse con cuidado ya que no necesariamente se puede realizar una asignación uno a uno de las entradas ya emitidas. Es necesario consultar con su jefe de proyecto para conocer los efectos exactos de esta función.
- categoría: muestra un resumen por categoría de asiento.
- cupo: muestra un resumen por cupos.

Una consideración importante es que todos los cambios realizados en esta sección, son cambios que no quedan registrados en tablas o mapas que puedan luego consultarse en las secciones de tablas (de tarifas y gastos) o mapas. Por tanto, deben ser cambios que sólo se usen excepcionalmente, por referirse a casos puntuables no planificables.

#### 4.28 Entradas simples -> Competiciones (catálogo)

*Esta sección está pendiente de ser adecuadamente realizada.*

La actividad de competición se define por las diferencias numerosas que existen entre los eventos y las visitas, y los eventos de competición deportiva. Estas incluyen el que las competiciones se realizan con uno o muchos partidos (sesiones), se asocia la actividad a un tipo de competición determinando unos equipos participantes, y los partidos se parametrizan uno a uno.

Algunos datos particulares son: partido en casa / fuera de casa, definición de equipos anfitrión y visitante, ronda y/o jornada del partido, .....

#### 4.29 Entradas simples -> Perfiles de actividad (catálogo)

Los perfiles de actividad se realizan como paso intermedio a publicar la oferta de eventos, visitas y competiciones en los diferentes canales de venta.

Las estrategia de definición puede incluir el definir perfiles de actividad en base al canal de venta al que se aplicará, al tipo de actividad que representa, al público al que va dirigida, .... o a cualquier combinación de ellas. Un ejemplo de esto es generar los siguientes perfiles: eventos para TicketShop propio, eventos para taquillas y oficinas propias, visitas en TicketShop propio, visitas en taquillas y oficinas propias, eventos para TicketShop canales de terceros, eventos para TicketShop agencias.

General
<b>Eventos</b>
Tipos de tarifas
Sesiones
Subcategorías de público
Categorías lógicas de asientos
Asignación de los canales de venta
Validación

En la definición de un perfil de actividad se abre una ventana con las siguientes opciones:

- general: nombre, código y diferenciación de si se pretende para todo el público o sólo para estructuras.
- eventos / visitas: lista de eventos y visitas incluidos en el perfil. Es posible dejar la opción de incluir todos los eventos / visitas, con lo que no habría que asegurarse de sumarlas al perfil en el momento de la generación. Esta opción, desactiva la opción de selección de sesiones en el perfil, ya que pasan todas a estar también incluidas.
- tipos de tarifas: indica qué tipos de tarifas se pueden incluir en el perfil. Algo razonable es que si hemos diferenciado entre tarifas internas y tarifas para canales de terceros, apliquemos aquí sólo los tipos de tarifas según a quién se aplique el perfil.
- sesiones: permite seleccionar una a una las sesiones incluidas en el perfil.
- subcategoría de público: subcategorías de público que se incluyen en el perfil.
- categorías lógicas de asiento: ídem.
- asignación de los canales de venta: ídem.

La idea de asignar tipos de tarifas, subcategorías de público y categorías de asiento a un perfil, es modelar / limitar la oferta según a qué canales de venta se vaya a asignar. Si, por ejemplo, en un TicketShop sólo vamos a poner aquellas subcategorías de público que sean generales o puedan autenticarse (por ejemplo, carnet Tr3sC), dejaríamos sólo estas a la vista. Si hubiéramos optado por representar la oferta de un tercer canal a través de una subcategoría de público, en el apartado de subcategoría sólo seleccionaríamos esta. Igual, para un TicketShop de agencia que sólo gestione entradas VIP, bastaría con filtrar por categorías de asiento; en todo caso, el filtrado de categorías VIP (no incluirlas) es una forma fácil de evitar la venta de estas al público en general, y guardarlas para la venta protocolaria a través de oficinas.

#### 4.30 Visitas libres (pases) -> Áreas de visita (catálogo)

En la sección de visitas libres se configuran los pases. Los pases, en contraposición a las visitas, se conceptualizan como una entrada a un recinto donde la actividad no estará guiada, y que no necesariamente debe tener cerrada la fecha y hora de acceso. Además, un pase no tiene asociadas categorías de asiento (acceso); de forma que sólo los cupos subcategorías de público van a limitar los precios y su cantidad disponibles al público.

Por ejemplo, el acceso a un museo con acotaciones de aforo y/o un guía para realizar el itinerario lo modelaríamos como visita, pero la entrada a un parque acuático o la visita a un recinto monumental sin guía lo modelaríamos como un pase (con o sin fecha).

Para generar los pases, primero es necesario definir las áreas de visita, y los horarios asociados de pase con sus aforos asociados. La definición de área de visita se realiza seleccionando un emplazamiento y un área, y de ahí pasamos a una venta donde se muestran los horarios asociados.

FECHA	HORA	CUPO	ESTADO	TIPO DE TARIFA	CUOTA	ATRIBUIDO	DISPONIBLE
<input type="checkbox"/> Mar 28/10/2014	10:00		En funcionamiento	Tarifas Itinerarios	300	0	300
<input type="checkbox"/> Mar 28/10/2014	10:30		En funcionamiento	Tarifas Itinerarios	300	0	300
<input type="checkbox"/> Mar 28/10/2014	11:00		En funcionamiento	Tarifas Itinerarios	300	0	300
<input type="checkbox"/> Mar 28/10/2014	11:30		En funcionamiento	Tarifas Itinerarios	300	0	300

Pulsando en la opción de nuevo se abre una ventana donde podemos generar franjas horarios con su aforo asociado. En esta ventana hay que especificar:

- rango de fechas en las que crear el horario de visita.
- días de la semana en que se crea el horario de visita.
- hora de entrada.
- duración.
- tipo de tarifa a aplicar.
- estado inicial, lo que facilita el no tener que poner luego en funcionamiento.
- cupos.
- pases asociados: estos pases son los que hemos definido en tipos de producto, en la parte de inicialización de organismo.

La ventana genera los horarios cada vez que pulsamos en Guardar, por lo que si queremos generar variaciones, no es necesario rellenar todos los campos de nuevo. Un ejemplo de utilidad puede ser configurar los horarios, cupos y pases, para diario con tarifa de diario, generar esos horarios, y a continuación cambiar aplicación a sábado y domingo y aplicar tarifa de fin de semana, y volver a pulsar Guardar para generar esos horarios correspondientes.

**Horarios > Nuevo**

Fecha desde \*  Fecha hasta \*

Días de la semana \*  Lu  Ma  Mi  Ju  Vi  Sa  Do

Hora \*

Duración \*

Tipo de tarifa \*

Estado inicial \*  En funcionamiento  Detenido

Cuotas \*

Cupo	Cuota
Sin contingente	
Canal ECI diferido	
General	
<b>Total</b>	<b>0</b>

Pases para asociar

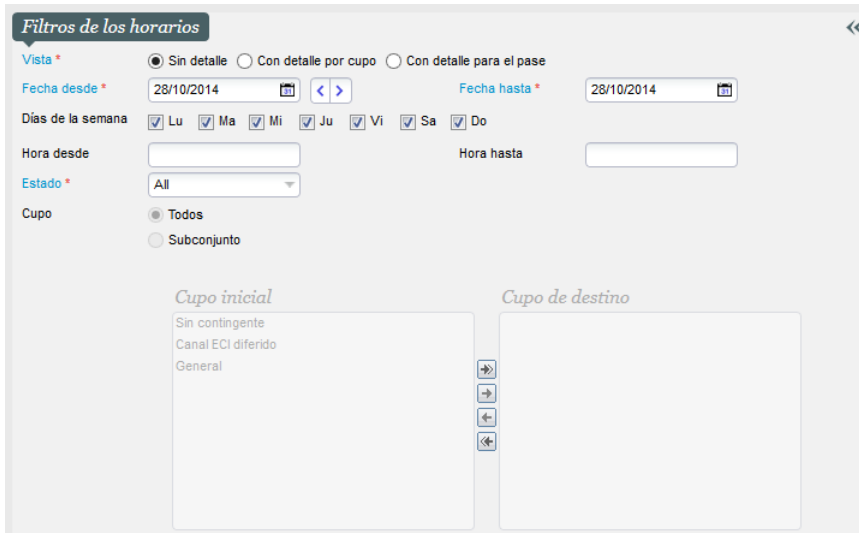
Pases no asociados	Pases asociados
Alhambra General	

Un elemento importante es que los filtros de visualización de horarios nos permiten ver los horarios tanto sin desglosar, como desglosados por cupo. Es lo que está marcado como 'Sin detalle', 'Con detalle por cupo', o 'Con detalle para el pase'. Independientemente de ello, para cada listado se ofrecen líneas resumen en negrita por día, permitiendo así una mejor comprensión del aforo total ofrecido.

Las opciones ofrecidas para cada horario son:

- modificar: para modificar fecha, hora, duración, o tarifa del (la línea de) horario.
- modificar cupo: añadir o restar aforo a un cupo determinado.

- para transferir el disponible de un cupo a otro, total o parcialmente. Las modificaciones deben realizarse con las líneas afectadas en estado de pausa.



#### 4.31 Visitas libres (pases) -> Pases con fecha

Pases con fecha es la definición del pase como producto que se mostrará en el catálogo. Igual que con visitas, poniéndonos en 'lenguaje SecuTix', no debemos confundir nuestra idea general de pase como un ticket en particular, con el concepto en SecuTix que se refiere al producto en sí, y no a un pase para un horario (un momento) particular.

Las opciones de configuración acaban con la asociación de perfiles de producto, que tiene las mismas implicaciones que las de cualquier otro producto o actividad asociados a su perfil.

##### 4.31.1 Pases con fecha -> General

La sección de definición general de un pase incluye la siguiente información principal, en la pestaña de general: nombre interno, nombre público, descripción pública (con las mismas características de cualquier otro campo similar; ver por ejemplo en eventos, código, tasa de IVA, tipo de producto (de entre los definidos en la parte de inicialización de organismo), tipo de público (que no va a tener mayor relevancia en la presentación de la oferta), umbral de alerta (porcentaje tras el cual se marca el producto como con pocas entradas / pases disponibles), plantilla de entrada, logo, URL de producto.

La parte de parámetros incluye:

- número de entradas: cantidad de veces que se puede acceder con la entrada al recinto. Que estará forzado a 1, ya que se supone que es un pase con hora y fecha; la ventana es común con pase sin fecha, con el que sí podremos establecer más de una entrada asociada al pase.
- lugar: lugar asociado de visita. Se presenta como la combinatoria posible de emplazamientos y áreas.
- cuota inicial de artículos: es decir, máximo número de tickets inicialmente disponibles para la venta.
- disponibilidad: campo informativo del número de tickets que restan disponibles.



#### 4.31.2 Pases con fecha -> Horarios

Muestra los horarios, ya previamente definidos en la parte de áreas de visita para esta área, asociados al producto.

Se añaden con el botón 'asociar horario', que muestra una ventana donde se introduce el rango de fechas, filtrado por días de la semana y horario, de los horarios ya definidos que se quieren añadir como posibles para este producto.




Fecha desde \*

Fecha hasta \*

Días de la semana  Lu  Ma  Mi  Ju  Vi  Sa  Do

Hora desde  Hora hasta

Para cada uno de los horarios que hay se puede establecer un límite (mayor restricción) a través del botón 'Cambiar límite' . Si se establece un límite superior al aforo disponible, sencillamente no tendrá efecto. El botón 'Cambiar límite' (que debería poner Eliminar límite) sirve para eliminar el límite sin necesidad de acceder a una ventana de edición.

#### 4.31.3 Pases con fecha -> Subtema / Texto de maqueta

Son las secciones que permiten asociar el producto con los subtemas correspondientes, y definir los textos de maqueta (asimilables a las variables de confort) asociados.

#### 4.31.4 Pases con fecha -> Precio básico / Tabla de gastos

En la opción de precio básico accedemos a una rejilla de definición de precios en función de las subcategorías de público y los tipos de tarifas asociados. Podemos redefinir cualquier precio que se quiera, de forma que se aplique sólo a este producto.

En la parte de tabla de gastos hacemos una lista asociaciones de tablas de gastos con canales de venta. Si bien cada canal de venta acaba con sus propias comisiones, y se pueden consultar pulsando sobre cada línea generada, no es posible cambiar aquí esos valores.

#### 4.31.5 Pases con fecha -> Perfil de producto

#### 4.32 Límites de venta

Es posible definir límites de venta por pedido para: un canal de venta, una familia de productos y una actividad; un evento y sesión; una categoría de asiento.

#### 4.33 Visitas libres (pases) -> Pases sin fecha

NOTA. a realizar

#### 4.34 Abono (catálogo)

Los abonos son un agrupamiento de actividades (eventos, visitas, competiciones deportivas) que se venden bajo un único producto con cualquiera que sea la intención de configuración de la oferta.

Observación: puesto que el lector tipo asimilar mejor que el abono es una agrupación de eventos, más que la expresión actividades que en SecuTix representa eventos + visitas +

competiciones, en lo que resta de apartado se usará el término eventos en sustitución de la genérica actividades.

Pueden ser de dos tipos (establecido en la definición y que no se puede cambiar después):

1. Predeterminado (precio fijo). El que el precio sea fijo permite que el abono se venda y cobre previamente a la selección de los eventos que lo conforman.
2. Dinámico (precio calculado). Puesto que el precio se calcula en función de los eventos específicos incluidos, es necesario especificar estos antes de la finalización de la venta.

Al referirnos a la selección de eventos en el proceso de compra / post compra, estamos hablando a la elección del cliente en función de las posibilidades con que se haya definido el abono.

La configuración general incluye los campos de: nombre interno, nombre público, nombre público corto, descripción pública, código, tasa de IVA, tipo de producto (de entre los definidos en su sección), tipo de público (uso meramente estadístico), umbral de alerta (a partir del cual se marca como disponibilidad limitada), maqueta (plantilla) del ticket, logo del producto, y URL de la página de producto.

A sumarle dos campos; tabla de correspondencia, que es la relación de categorías de asiento que se habrá definido en sus sección; y modo de impresión de entradas.

El modo de impresión de entradas hace referencia a que para un abono se puede imprimir tanto un abono como tal, como los tickets sueltos de sus eventos, o las dos cosas. Sin embargo, el abono no sirve para realizar el acceso a los eventos y es necesaria la impresión de cada ticket individual, salvo que el 'modo de impresión' sea el de una tarjeta RFID. En este caso, el acceso a los eventos se haría con esta tarjeta, que lo que realmente identifica es al contacto, y del que en la base de datos se comprueba en tiempo real si ha de tener acceso a un evento específico.

La configuración de parámetros incluye los siguientes:

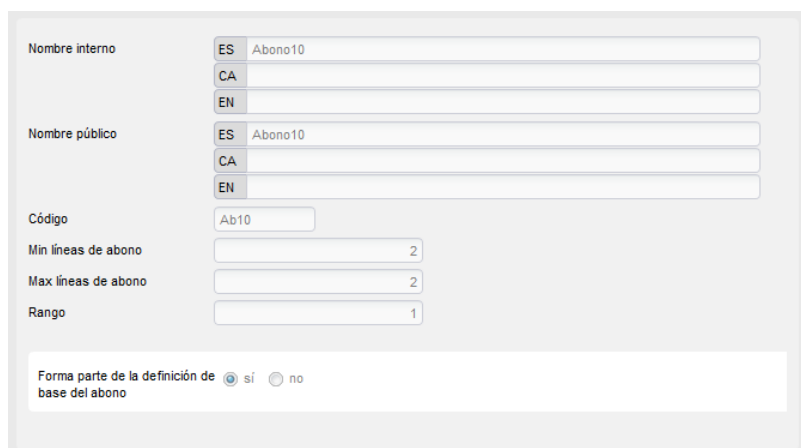
- obtiene la calidad de abonado: sí / no, a que a partir de entonces se entienda que es abonado y tengo por tanto acceso a las condiciones especiales de un abonado.
- número de entradas autorizadas: NOTA ¿?
- número máximo de entradas por función / evento: para cuando se permite que un abono sirva para emitir varias entradas de la misma función / del mismo evento, acotarlo con un máximo. NOTA. mirar si es funcional o sólo informativo, y por qué no se pega con el campo de eventos distintos.
- número mínimo / máximo de líneas de abono: máximo y mínimo de líneas de abono, que tiene sentido cuando las líneas de abono no son fijas (todas obligatorias).
- eventos distintos: sí / no, indica si se pueden sacar varios tickets del mismo evento. Se hace especificando lo contrario, es decir, que sea obligatorio que los eventos de los que se sacan tickets sean distintos.
- nivel de precio: el nivel de precio, de entre los que definimos en su sección, que se aplica a los eventos para configurar este abono.
- introducir co-abonado por internet: para los casos en que es obligatorio identificar a la persona beneficiaria de un abono, extenderlo no sólo al que compra sino a todos los demás.
- mismo asiento: NOTA, interpretación exacta.
- multitemporadas: permite seleccionar eventos de diferentes temporadas. Esto puede ser útil para abonos de más de una temporada, o cuando hemos configurado la oferta de eventos / visitas / competiciones deportivas en diferentes temporadas.
- cupo: delimitación de las entradas a las de un solo cupo.

Para el caso de abonos de precio calculado existe también un recuadro para el pago aplazado de abonos. NOTA. ver cómo se aplica.

Todos los tipos de abonos se pueden vender tanto en taquilla como en internet. Aunque ha de tenerse la precaución de no vender abonos demasiado complejos; en taquilla podría alargarse mucho los tiempos de atención al cliente, y en TicketShop podría causar frustración al comprador. En todo caso, debe prestarse atención a que el tiempo de finalización de compra (que se establece a nivel general) sea el suficiente para que se pueda finalizar la compra del abono con su configuración completa (para el caso de abonos de precio calculado).

#### 4.34.1 Abono -> Tema de abono

Los temas de abono son unos temas que nos permiten clasificar el contenido (las líneas) del abono. Además, a través de estos temas, podemos condicionar la compra máxima o mínima de un cierto subconjunto de eventos, así como forzar la temática del abono, sin forzar un evento concreto.



Formulario de configuración de un tema de abono:

- Nombre interno:** ES Abono10, CA, EN
- Nombre público:** ES Abono10, CA, EN
- Código:** Ab10
- Min líneas de abono:** 2
- Max líneas de abono:** 2
- Rango:** 1
- Forma parte de la definición de base del abono:**  sí  no

Los campos son: nombre interno, nombre público, código, mínimo número de líneas de abono de este tipo que deberá contener el abono, número máximo de líneas de abono de este tipo que deberá contener el abono, rango (orden en que se visualizan los temas), y 'Forma parte de la definición de base del abono' que implica la obligatoriedad de que existan líneas de abono de este tema.

#### 4.34.2 Abono -> Líneas de abono

En líneas de abono configuramos los eventos que serán (forzosa u opcionalmente) parte del abono. Se pueden incluir tantas líneas como se desee.

Cada línea se inserta pulsando en *Nuevo* y se busca filtrando por [temporada +] organismo + actividad + evento (o visita). Se añade el tema de abono a que pertenecerá la línea de abono (recordar lo que implica este agrupamiento), si el evento de la línea de abono (o sea, la línea de abono) será obligatoria u opcional, los tipos de tarifa que se apliquen, si se permite la selección de varias sesiones de este evento, y las sesiones del evento que serán elegibles para el abono.

Un ejemplo de todos estos parámetros sería configurar un abono para conciertos, que incluyera sección sinfónica y de cámara, que obligara a elegir 3 líneas de sinfónica siendo uno la Sinfonía del Nuevo Mundo, permitiendo sólo una sesión de entre las de viernes y domingo para el abono en el caso de sinfónicos, y hasta dos sesiones de la de cámara para cualquier sesión. Añadiendo como tema el disfrutar de una visita en cualquier momento del año, sin límite de acompañantes (pero 'retratándose' bajo tarifa de abonado).

Llegados a este punto hay que hacer notar que, en realidad, para los abonos de precio fijo, que comparten interfaz con los de precio calculado, no es relevante el tipo de tarifa de las líneas de abono, ni tampoco las tarifas de .... de nada de lo que se haya puesto. Su tarifa se establece de forma fija en uno de los apartados siguientes.

Los eventos que forman parte de un abono no necesitan ser parte de un perfil para poder ser ofrecidos como líneas de abonos (es decir, no tienen que ser ofrecidos de forma individual). Ni siquiera es necesario que estén en funcionamiento para que el abono entre en funcionamiento (aunque no se podrán elegir en ese caso).

#### 4.34.3 Abono -> 'Ofertas básicas' (resto de elementos de configuración)

El resto de elementos de configuración de un abono son varios.

La parte de **Características** sirve para determinar las cuotas de cada abono para cada categoría de asiento. Se pueden dejar fuera de abono categorías específicas; lo cual es diferente que ofertar un abono con una cierta categoría (p.e.: VIP) en un cierto canal, para lo que es obligatorio que el abono incluya su definición.

**Subcategorías de público**, como en el resto de la aplicación, sirve para determinar qué subcategorías de público están asociadas al abono. Sólo se mostrarán las subcategorías de público de tipo abonado (contacto abonado, y colectivo abonado).

**Precios fijos** es la tabla de definición de precios para el abono de tipo precio fijo (no se ve en la de abonos de precio dinámico / calculado).

☆ *Abono > Abono 10 Precio Fijo (predeterminado)*

		CATEGORÍAS DE ASIENTO				
		A	B	C	D	E
CATEGORÍA	SUB CAT PÚBLICO					
Contacto abonado en el abono	Público (individual)	399,00	349,00	299,00	249,00	199,00
	BGB	398,00	348,00	298,00	248,00	198,00
	Jubilados (españoles)	397,00	347,00	297,00	247,00	197,00
	Socios Orfeo Catalá	396,00	346,00	296,00	246,00	196,00

Como siempre, un precio en blanco (no 0) significa que esa oferta no estará disponible.

**Gastos simples**, como en otros casos, permite generar una línea por cada combinación de tipo de gastos simples y selección de canales de venta a los que se aplica.

**Categoría de asiento** va a ser una tabla informativa con las relaciones de categorías de asiento que quedan aplicadas a partir de la definición del abono (ver tabla de correspondencia de categorías de asiento).

Por último, **perfil de producto**, será la asignación habitual del producto abono a un perfil, para su posterior asignación a un canal de venta. Obsérvese que aunque un abono está incluyendo actividades (eventos, visitas, campeonatos) que se incluyen en perfiles de actividad, los abonos como tales se incluyen en perfiles de producto.

Debe recordarse que el calendario de venta de un producto (en este caso abono) se establece a través de las opciones presentes en la definición de perfil de producto.

#### 4.35 Paquetes (catálogo)

Los paquetes son una forma de agrupar oferta de diferente naturaleza. Es un concepto similar al abono, pero no incluimos sólo actividades (eventos, visitas, competiciones), sino también el resto de productos definibles en la aplicación. Por lo que resulta idóneo para ofrecer paquetes como un concierto y el libreto que lo acompaña, un concierto y el servicio de aparcamiento, una visita y una audioguía.....

A diferencia del abono, no se pueden agrupar sus elementos (líneas) por temas, lo que le da algo menos de flexibilidad en cuanto a condiciones combinadas para establecer la obligatoriedad de un tipo de producto / actividad siendo opcional el elemento específico.

La sección de **Líneas de paquete** permite definir líneas obligatorias u opcionales. Se selecciona el tipo de producto / actividad, y se muestra una venta donde se permite la selección del elemento específico, así como el resto de características que se permiten (restricción de sesiones, tarifas, ....) según ese tipo.

NOTA: preguntar qué es 'depende línea'.

**Características** hace referencia al establecimiento de cupos. Se puede establecer un cupo particular de venta, que no tendrá en cuenta las categorías de asiento para aquellas actividades que la tengan definida, o cuotas por categoría de asiento; pero en este caso se forzará a que todas las actividades del paquete tengan la misma categoría de asiento.

**Subcategorías de público** para seleccionar qué subcategorías de público de las líneas de paquete se incluirán.

**Precio básico de los eventos**, que informa en una tabla de la relación de eventos con las tarifas que le pueden ser aplicadas. Pulsando el botón 'Elegir tabla de tarifa' nos permitirá seleccionar cualquiera de las subtablas de la tabla de tarifas asociada. Y **precio básico de los productos**, donde se muestran las tablas de precios asociadas con cada producto, pero de forma que pueden ser editadas y modificadas (haciendo una pulsación doble sobre cada línea).

**Gastos simples**, como en otros casos, permite generar una línea por cada combinación de tipo de gastos simples y selección de canales de venta a los que se aplica.

**Categoría de asiento** va a ser una tabla informativa con las relaciones de categorías de asiento que quedan aplicadas a partir de la definición del paquete (ver tabla de correspondencia de categorías de asiento).

Por último, **perfil de producto**, será la asignación habitual del producto paquete a un perfil, para su posterior asignación a un canal de venta. Obsérvese que aunque un paquete está incluyendo actividades (eventos, visitas, campeonatos) que se incluyen en perfiles de actividad, los paquetes como tales se incluyen en perfiles de producto.

Debe recordarse que el calendario de venta de un producto (en este caso paquete) se establece a través de las opciones presentes en la definición de perfil de producto.

#### 4.36 Producto libre (catálogo)

El Producto libre es un producto establecido con una casuística particular. No debe ser utilizado si no es por dirección del jefe de proyecto de SecuTix.

#### 4.37 Servicio (catálogo)

Servicio es un tipo de producto que nos va a permitir modelar oferta adicional, no particularmente propia de los espectáculos / eventos / visitas que son el núcleo de la oferta del cliente de SecuTix.

Ilustrando con ejemplos, decimos que servicio puede ser el aparcamiento, una serie de libros que tengan que ver con los espectáculos ofrecidos, vales para la cafetería / restaurante del recinto, ... cualquier cosa que no necesite de gestión de existencias, y que sea habitual para acompañar la oferta principal.

Los parámetros generales son: nombre interno, nombre público, nombre público corto, descripción pública, código, tasa de IVA, umbral de alerta (% a partir del cual mostrarlo como de disponibilidad limitada), tipo de producto (de los definidos en la inicialización de organismo), tipo de público (con efecto meramente estadístico), maqueta (plantilla) de ticket, URL de descripción del producto, y necesidad de rellenar cuestionario (NOTA, verificar).

Sección de parámetros (NOTA, revisar).

Los **Artículos** son los elementos que conforman el servicio. A cada uno de ellos se le asignará su precio, y cada uno tendrá su cuota de disponibilidad. Se definen también con el rango (posición de listado), nombre interno, nombre público, y código.

Un ejemplo aclara mejor la diferencia entre artículo y servicio. Supongamos que queremos vender libretos asociados a óperas. Podemos modelar cada libreto como un servicio, asociándole una sola línea de artículo; o podemos definir el servicio general de libretos, y asociar cada libreto específico a un artículo.

¿Cuáles serían las diferencias de un tratamiento u otro? Al menos las siguientes:

- Si tenemos N servicios, eso ocupará N líneas en los productos mostrados en la pantalla principal de catálogo. Si se queda con un solo servicio, se mostrará una sola línea.
- Más tarde en algunas partes, tendremos que asociar servicios uno a uno, mientras que si están englobados los productos en artículos, con asociar el servicio que los engloba bastaría. Sin embargo, hay sitios donde no se puede distinguir el artículo, así que si queremos limitar qué se ofrece, podríamos necesitar diferenciar por servicio.
- Si suponemos que queremos vender versiones en diferentes idiomas de cada libreto, puede que no sea razonable meterlo todo en el mismo servicio. Sino definir cada libreto como un servicio, y como artículo cada una de las versiones en diferentes idiomas.

Es decir, de nuevo conviene ver para qué se va a usar un servicio y sus componentes; dónde va a ser necesario usarlo y cómo va a afectar a la clasificación general de la oferta.

**Subtema** y **Texto de la maqueta** son las secciones que permiten asociar el producto con los subtemas correspondientes, y definir los textos de maqueta (asimilables a las variables de confort) asociados.

**Características** define las cuotas de disponibilidad de cada artículo del servicio.

**Precio básico** presenta una tabla de precios que permite diferenciar para cada artículo por subcategoría de público. En esta ocasión las subcategorías de público disponibles son todas (lo que permite establecer precios especiales para socios y contactos con condición de miembro).

Por último, **perfil de producto**, será la asignación habitual del producto servicio a un perfil, para su posterior asignación a un canal de venta. Debe recordarse que el calendario de venta de un producto (en este caso paquete) se establece a través de las opciones presentes en la definición de perfil de producto.

#### 4.38 Bono (cheque regalo) (catálogo)

Un bono o cheque regalo es el producto consistente en una cantidad de dinero a gastar en la plataforma de venta de entradas, que un contacto puede comprar para dárselo a otro contacto (o para sí mismo).

El bono puede tener un coste inferior a su valor nominal, lo que lo hace también un instrumento de oferta. Además, fomenta la compra de tickets en la web del cliente SecuTix.

La configuración general incluye los parámetros: nombre interno, nombre público, nombre público corto, descripción pública, código, [tasa de iva], [umbral de alerta], [tipo de producto], [tipo de público], plantilla de ticket, [logo], y URL de producto.

En el diseño del ticket de bono es importante haber incluido las variables de identificador de bono y valor de bono, para que pueda ser usado (\$Bon\_identifiant y \$Bon\_valeur en francés). El identificador del bono es el dato que se codifica en el código de barras.

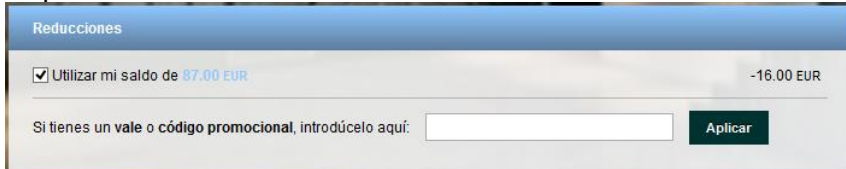
En parámetros se establece la validez del bono, y sea en tiempo relativo desde la compra o a fecha absoluta; y el modo de pago.

La sección de **Artículos** permite definir los bonos (las variantes de bono) que se quieren ofrecer. Cada línea de artículo es un tipo de bono, que se puede definir por valor fijo, o por valor configurable por el usuario entre un mínimo y un máximo. Si utilizamos la variante de valor configurado por el cliente, hay que entender que no se podrá ofrecer un precio distinto del valor del bono, ya que no existe un campo de relación de descuento.

**Subtema** y **Texto de maqueta** funcionan como en el resto de productos. **Características** permite establecer la cuota de cada artículo (variante de bono) que se pone a la venta bajo este producto. Y en **Precio básico** se determina su valor de venta al público, en el caso de los bonos de valor fijado; para los de valor configurable, es necesario asignar precio 0 a la primera subcategoría, lo que indica al sistema que aplique como precio el valor que se haya asignado..

**Perfiles de producto** es la asignación a un perfil de producto tal como se hace en cualquier otro producto.

Los bonos producen un código que se puede utilizar en el momento de pago del pedido. Si el valor del bono es inferior a la cantidad a abonar, este se descontará y para el montante que reste se procederá al pago de forma habitual. Si, por el contrario, el valor del bono es superior a lo necesitado, se mostrará un cajetín avisando de que el saldo quedará disponible en nuestra cuenta. Y en la siguiente compra se nos dará la opción de utilizar el valor disponible acumulado en la misma.



Reducciones

Utilizar mi saldo de 87.00 EUR -16.00 EUR

Si tienes un vale o código promocional, introdúcelo aquí:

Existen algunas restricciones para los bonos: no pueden ser parte de un paquete, no están soportados en las ventas flash, ni en taquilla táctil.

#### 4.39 Membresía

Membresía o miembro es un producto del tipo 'amigos de', que confiere al contacto que lo compra una posición especial. En resumen, es como comprarse un abono que no está asociado a ningún tipo de contenido.

La configuración general tiene los siguientes parámetros: nombre interno, nombre público, nombre público corto, descripción pública, código, [tasa de iva], [umbral de alerta], [tipo de producto], [tipo de público], [plantilla de entrada] (plantilla del ticket), logo, y URL de página del producto.

La configuración de la pestaña de parámetros contiene:

- fechas de validez: por temporada de pertenencia, por periodo absoluto, por un periodo de tiempo desde la compra.
- nivel de precio asociado. Esto funciona exactamente igual que los abonos. El poseedor de la categoría de miembro tendrá acceso a los precios definidos para el nivel de precio asociado a la membresía de la que sea poseedor.
- obligatoriedad de definir el contacto cultural. (nota, preguntar a quien se le da la membresía si no se obliga)
- cuota: cantidad máxima de membresías a ser emitidas.

**Características** permite el cambio de la cuota configurada en el anterior apartado.

**Precios básicos** muestra una tabla para configurar un precio para cada subcategoría de público. **Gastos simples** permite la asignación de una tabla de comisiones por canal de venta.

**Perfiles de producto** es la asignación a un perfil, para su puesta a la venta en los diferentes canales, y bajo las diferentes configuraciones, de igual uso que para cualquier otro producto.

Cuando se utiliza una membresía, quizá la opción más razonable de impresión de ticket es realizar un carnet, o tarjeta identificativa. Este carnet no va a servir para acceder a eventos, pero si se compran entradas bajo sus subcategorías, lo razonable es comprobar primero su validez. Además, con esta comprobación sí se podría utilizar para facilitar acceso donde no se necesitara hacer control de aforo, ni seguimiento de accesos.



Una idea para entregar estos carnets sería hacer un p@h para el cliente, que pueda cambiar por un carnet, que se realizaría como reimpresión en el formato 'badge' (o en formato térmico, en el peor de los casos).

#### 4.40 Perfiles de producto (catálogo)

Los perfiles de producto son los homólogos para productos de los perfiles de actividades para actividades. Sin embargo, dada la naturaleza diferente de actividades y productos, algunos de los datos configurables cambian.

Los parámetros generales son:

- nombre interno.
- código.
- fechas de venta de productos. Fecha de inicio, junto con hora del día; y opcionalmente fecha de fin. Esta configuración es mucho más sencilla que el establecimiento de calendarios que hay para aplicar a las actividades (visitas, eventos) y que posteriormente se reflejan en los perfiles de actividad.
- fechas de venta de productos con fecha en productos compuestos: puesto que un producto puede llevar una actividad, abono o pase, que en sí mismo tienen unas fechas de aplicación, se puede establecer que su aparición sea relativa según número de días de antelación frente a la primera fecha del producto, y que el fin de venta también sea relativo a esas fechas (lo normal es no vender productos con un evento caducado en el tiempo; aunque se permite hacerlo con la opción de 'sin restricciones').

Estado

Nombre interno \*

Validado

ES \* Abonos Taquillas

CA

EN

Código \*

AbTaqPa

**Venta de productos**

Fecha de comienzo de la venta \*

22/10/2014

Hora de comienzo de la venta \*

00:00

Fecha de fin de la venta

Hora de fin de la venta

**Venta de productos con fecha dentro de productos compuestos**

Días antes del comienzo del producto con fecha

Final de la venta del producto con fecha

Días antes del final del producto con fecha

Días antes del final del producto con fecha \*

Sin restricciones

Tipo de destino \*

Todo el público

**Productos** es una simple selección de los productos incluidos, que se puede haber ido construyendo por la asignación a perfiles que se puede hacer en la definición de los mismos.

**Cantidades** son las cantidades mínimas y máximas que se permiten de venta para los abonos y membresías (NOTA: comprobar). No se aplica al resto de productos, que ya tienen sus cupos generales definidos (y que no se aplica por canal). Es decir, abonos y membresías podemos limitar la cantidad de ellos en cada venta por canal; para el resto de productos no.

**Subcategorías de público** son las subcategorías que se autorizarán para la venta por este perfil. Y **asignación de canales de venta** los canales de venta que incluirán la oferta definida por este perfil.

#### 4.41 Promociones

Una promoción es la venta de una actividad o producto ya existente en condiciones ventajosas. Se define para un temporada y se asocia por canales de venta internos.

Los campos de la configuración general son: nombre interno, nombre público, código, tipo objetivo, código de acceso (el que debe escribirse para tener acceso a la promoción), [valor indicador], [fechas y horas de comienzo y fin de aplicación], y condición de venta según la fecha de aplicación de la actividad / producto relacionado.

El tipo de objetivo se refiere a: (NOTA, comprobar los detalles que faltan)

- código de un solo uso.
- contactos: asociado a una campaña de marketing del CRM, de forma que sólo la lista de contactos de la campaña se beneficia de la promoción.
- público: todo el público en general.
- indicador: incluye a las personas que cumplan con el valor indicador del indicador configurado (justo en la línea inferior).
- socio: para que aplique sólo a los contactos de un socio, se añade un código de aplicación que el socio comunicará por los diferentes vectores de comunicación.
- estructura.

Para el caso de indicador, los indicadores y sus valores posibles son:

1. Asistencia: asiduo, inactivo, ocasional, regular.
2. Implicación en redes sociales (compartir): comprometidos, embajador, inactivo, ocasional.
3. Influencia en redes sociales (clicks): inactivo, influyente básico, influyente clave, influyente.
4. Miembro: no, sí.
5. Novedad: entre 1 y 3 años, futuro, hace más de 3 años, menos de un año, sin pedido.
6. PMG: grande, mediano, pequeño.

En la pestaña de parámetros configuramos la cuota (veces máximas que se puede aplicar) de la promoción, y si se puede aplicar una vez o ilimitadas por cada contacto. NOTA: preguntar por el resto de campos.

En **Sesiones** (sólo visualizable si estamos hablando de actividades), se podrá seleccionar a qué sesiones se aplica la promoción. Conviene tener en cuenta que no hay forma posible de asociar actividades (eventos, visitas) de forma completa, sino solo sus sesiones. Así que si en algún momento se amplían sesiones de una actividad y se les quiere aplicar también la promoción será necesario volver a esta sección.

En **Productos** (sólo visualizable si estamos hablando de productos) se podrá seleccionar de entre los productos del tipo elegido a cuáles se les aplicará la promoción.

**Subcategorías de público** para seleccionar qué subcategorías de público de las líneas de paquete se incluirán.

**Precio básico de los eventos / visitas** (sólo aparece en el caso de actividades), que informa en una tabla de la relación de actividades con las tarifas que le pueden ser aplicadas. Pulsando el botón 'Elegir tabla de tarifa' nos permitirá seleccionar cualquiera de las subtablas de la tabla de tarifas asociada. Y **precio básico de los productos**, donde se muestran las tablas de precios asociadas con cada producto, pero de forma que pueden ser editadas y modificadas (haciendo una pulsación doble sobre cada línea).

**Precio** (sólo aparece en el caso de servicios y pases) se listarán las líneas de las tarifas que se apliquen a los diferentes servicios / pases, y pinchando doble en cada una de ellas accederemos a la tabla de definición de precios que podremos cambiar.

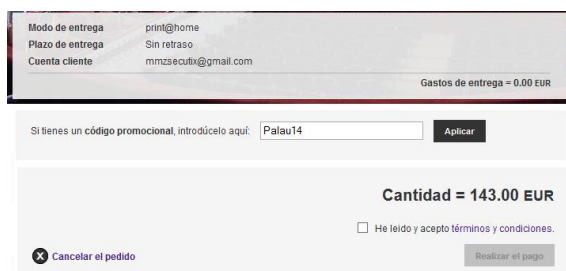
Para el caso de abonos y paquetes no existe la posibilidad de cambiar los precios; se entiende que la promoción se aplica generando un abono / paquete particular. **NOTA.** comprobar esto

**Categoría de asiento** va a ser una tabla informativa con las relaciones de categorías de asiento que quedan aplicadas a partir de la definición de la promoción. Y **asignación de canales de venta** especifica los canales de venta que incluirán la oferta definida por esta promoción.

Obsérvese que aquí no hay asociación de perfil de venta. Las actividades y productos objeto de la promoción ya tienen su asignación, y lo que sí se ha permitido hacer es establecer en qué canales de venta se podrá aplicar la promoción.

#### 4.42 Códigos promocionales

Un código promocional es aquel que se aplica justo antes del momento del pago. Este código hace una reducción lineal sobre la cantidad total a pagar. Los códigos promocionales no se pueden combinar con una promoción.

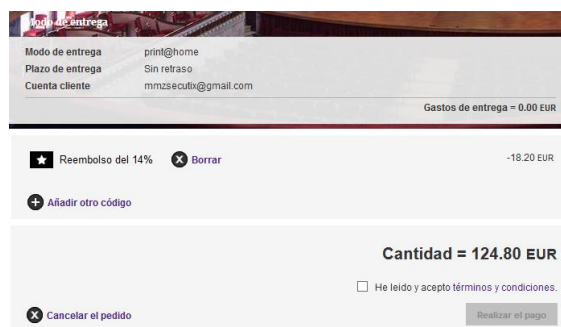


Modo de entrega print@home  
 Plazo de entrega Sin retraso  
 Cuenta cliente mmzsecutix@gmail.com  
 Gastos de entrega = 0.00 EUR

Si tienes un código promocional, introdúcelo aquí:

**Cantidad = 143.00 EUR**

He leído y acepto términos y condiciones.



Modo de entrega print@home  
 Plazo de entrega Sin retraso  
 Cuenta cliente mmzsecutix@gmail.com  
 Gastos de entrega = 0.00 EUR

★ Reembolso del 14% ✕ Borrar -18.20 EUR

+ Añadir otro código

**Cantidad = 124.80 EUR**

He leído y acepto términos y condiciones.

✕ Cancelar el pedido

Los parámetros de la pestaña general son: nombre interno, nombre público, código, código de acceso (el código que el cliente tiene que escribir en el cajetín para hacer uso del descuento), valor indicador (mismo uso que en 4.41 Promociones), [fechas y horas de inicio y fin de validez], referencia de validez frente a fin de sesiones.

En parámetros especificamos:

- reembolso (%): descuento que se aplicará.
- cantidad de pedido mínima: para que se pueda aplicar el código.
- cuota: cantidad máxima de veces que se aplica, globalmente, el código promocional.
- límite por contacto: si al contacto se le permite usar una o innumerables veces el código.

En **asignación de canales de venta** se especifican los canales de venta dónde se puede aplicar el código.

#### 4.43 Contratos

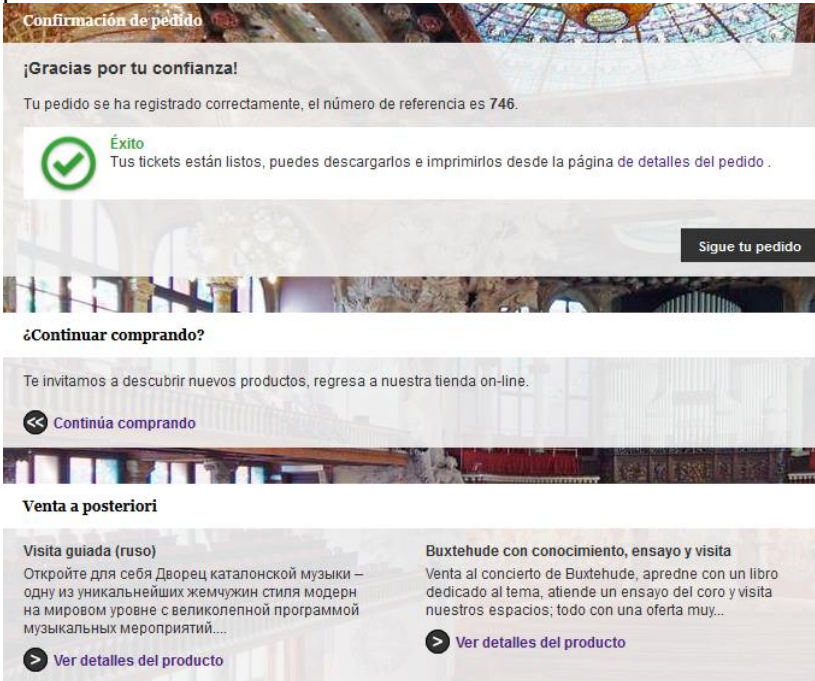
#### 4.44 Fichero de reglas

#### 4.45 Perfiles de venta cruzada

Un perfil de venta cruzada sirve para configurar qué perfil del catálogo se le mostrará de forma expresa al cliente en su proceso de compra, en la esperanza de que cambie, complemente o supere su compra.

El perfil de venta cruzada se establece para el momento de compra de un producto o actividad, y puede ser de varios tipos:

1. venta a posteriori: se muestra tras la finalización de la compra, junto a la información de pedido.



**Confirmación de pedido**

¡Gracias por tu confianza!

Tu pedido se ha registrado correctamente, el número de referencia es 746.

**Éxito**  
Tus tickets están listos, puedes descargarlos e imprimirlos desde la página de detalles del pedido .

[Sigue tu pedido](#)

**¿Continuar comprando?**

Te invitamos a descubrir nuevos productos, regresa a nuestra tienda on-line.

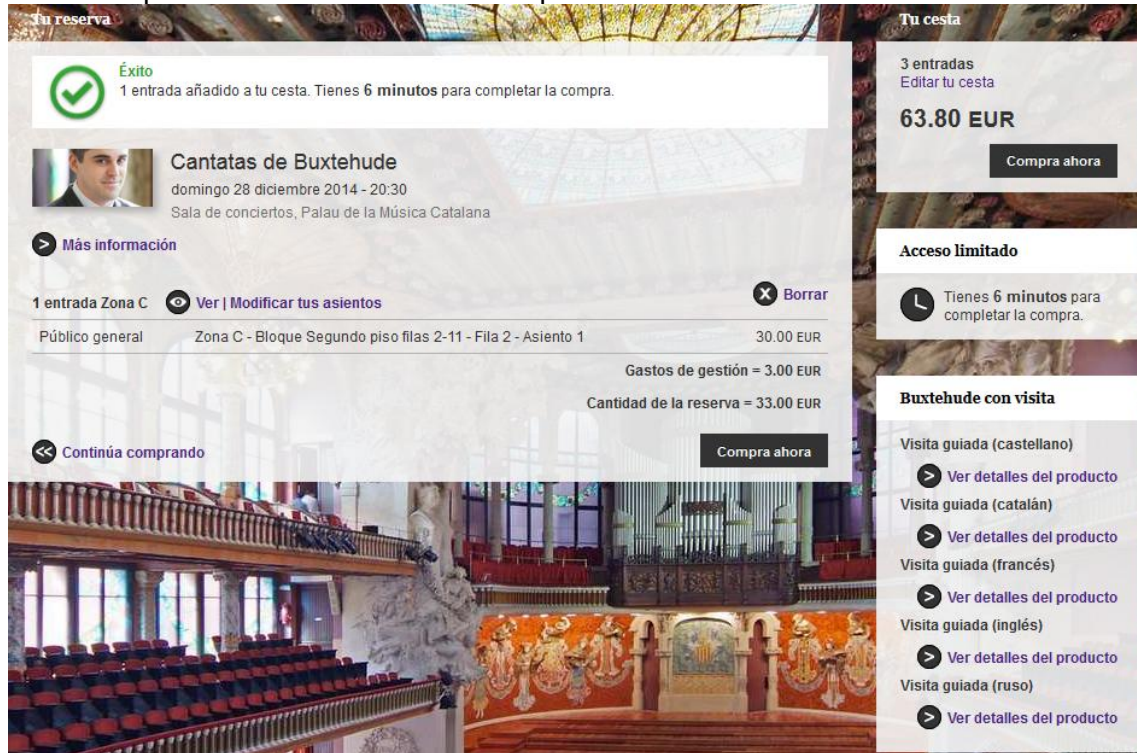
[← Continúa comprando](#)

**Venta a posteriori**

**Visita guiada (ruso)**  
Откройте для себя Дворец каталонской музыки – одну из уникальнейших жемчужин стиля модерн на мировом уровне с великолепной программой музыкальных мероприятий....  
[➤ Ver detalles del producto](#)

**Buxtehude con conocimiento, ensayo y visita**  
Venta al concierto de Buxtehude, aprende con un libro dedicado al tema, atiende un ensayo del coro y visita nuestros espacios; todo con una oferta muy...  
[➤ Ver detalles del producto](#)

2. venta compulsiva. Que se muestra en el panel auxiliar.



**Tu reserva**

**Éxito**  
1 entrada añadido a tu cesta. Tienes **6 minutos** para completar la compra.

**Cantatas de Buxtehude**  
domingo 28 diciembre 2014 - 20:30  
Sala de conciertos, Palau de la Música Catalana

[Más información](#)

1 entrada Zona C [Ver](#) | [Modificar tus asientos](#) [Borrar](#)

Público general    Zona C - Bloque Segundo piso filas 2-11 - Fila 2 - Asiento 1    30.00 EUR

Gastos de gestión = 3.00 EUR  
Cantidad de la reserva = 33.00 EUR

[Continúa comprando](#) [Compra ahora](#)

**Tu cesta**

3 entradas  
[Editar tu cesta](#)

**63.80 EUR**

[Compra ahora](#)

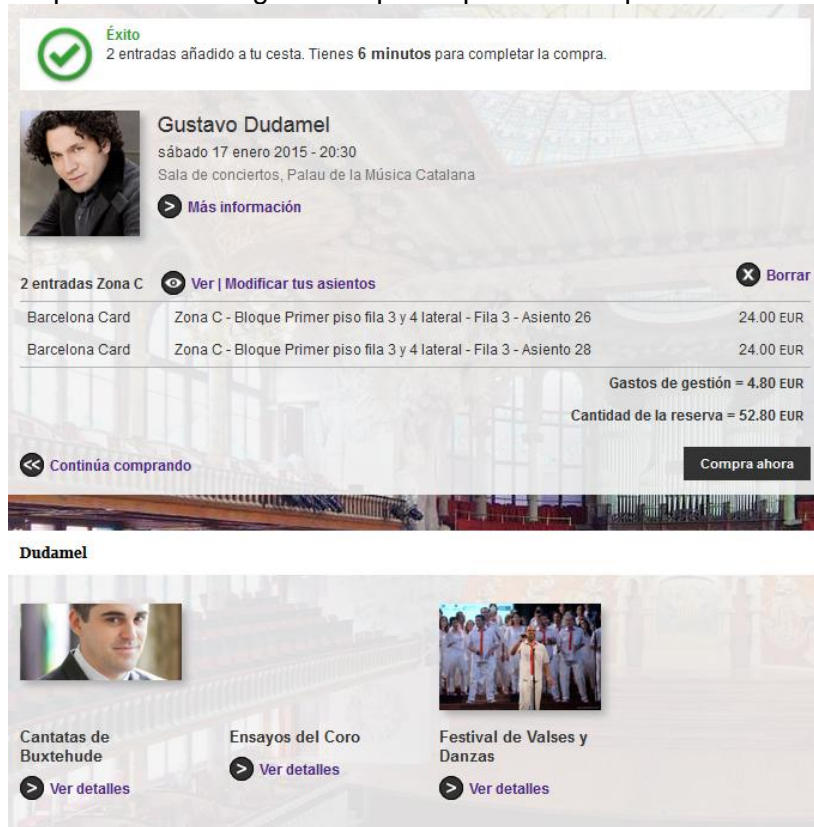
**Acceso limitado**

Tienes **6 minutos** para completar la compra.

**Buxtehude con visita**

- Visita guiada (castellano)
  - [Ver detalles del producto](#)
- Visita guiada (catalán)
  - [Ver detalles del producto](#)
- Visita guiada (francés)
  - [Ver detalles del producto](#)
- Visita guiada (inglés)
  - [Ver detalles del producto](#)
- Visita guiada (ruso)
  - [Ver detalles del producto](#)

3. venta cruzada: durante la selección para compra de un producto, se muestran añadidos los productos configurados que se pueden comprar sin cambiar de pantalla.



**Éxito**  
2 entradas añadido a tu cesta. Tienes **6 minutos** para completar la compra.

**Gustavo Dudamel**  
sábado 17 enero 2015 - 20:30  
Sala de conciertos, Palau de la Música Catalana

[Más información](#)


2 entradas Zona C [Ver](#) | [Modificar tus asientos](#) [Borrar](#)

Barcelona Card	Zona C - Bloque Primer piso fila 3 y 4 lateral - Fila 3 - Asiento 26	24.00 EUR
Barcelona Card	Zona C - Bloque Primer piso fila 3 y 4 lateral - Fila 3 - Asiento 28	24.00 EUR


Gastos de gestión = 4.80 EUR  
Cantidad de la reserva = 52.80 EUR

[Continúa comprando](#) [Compra ahora](#)


**Dudamel**



**Cantatas de Buxtehude**  
[Ver detalles](#)



**Ensayos del Coro**  
[Ver detalles](#)



**Festival de Valses y Danzas**  
[Ver detalles](#)

- venta superior, en la que para un producto o actividad se intenta elevar la categoría de lo comprado.

La configuración de un perfil de venta cruzada se compone de: nombre interno y código. Más las líneas correspondientes de venta cruzada, y la asignación de los canales de prueba a los que se aplica.

Para cada línea de venta cruzada se selecciona su tipo de venta cruzada, y a partir de ahí se selecciona el producto o actividad que inicia la aplicación de la oferta. Para cada línea se puede elegir el periodo de fechas de aplicación. La sección de Productos es un listado sencillo de los productos que deberán ofrecerse.

☆ *Perfil de venta cruzada > PVC Prueba*

General

**venta cruzada**

Asignación de los canales de venta

Validación

+ NUEVO
- SUPRIMIR

NOMBRE INTERNO	TIPO	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN
Buxtehude con conocimiento, ensayo y vista	Venta superior		
Cantatas de Buxtehude	Venta a posteriori		
Gustavo Dudamel	Venta cruzada		
Visita guiada (francés)	Venta compulsiva		

Venta cruzada (PMC) - Mozilla Firefox

[https://pmc.pp-pos.secutix.com/tnca/catalog/editCrossSell.htm?parentId=438402115&refList=stx\\_CrossSellList&entid=438402218&readonly=false&action=edit](https://pmc.pp-pos.secutix.com/tnca/catalog/editCrossSell.htm?parentId=438402115&refList=stx_CrossSellList&entid=438402218&readonly=false&action=edit)

General

Productos

## Venta cruzada

Temporada

Familia de productos \*

Actividad \*

Productor / Asociado

Productos basicos \*

Fecha de inicio

Hora de inicio

Fecha de fin

Hora de fin

Venta cruzada

Nombre público

ES

CA

EN

Descripción pública

ES

CA

EN

Temporada 2014-2015

Familia de productos \*

Actividad \*

Productor / Asociado

Productos basicos \*

Fecha de inicio

Hora de inicio

Fecha de fin

Hora de fin

#### 4.46 Cuestionario

Un cuestionario es una lista de preguntas que se pueden asociar al momento de la impresión de un ticket. De esta forma, podemos imprimir en el billete información específica necesaria, o recopilar información que usaremos más tarde para análisis estadístico.

El cuestionario se construye en base a las preguntas que se configuran en 4.9 Preguntas (inicialización). Se asocia a un producto o actividad, así como a los canales de venta donde será de aplicación (p.e.: no tiene sentido preguntar datos personales en taquillas, sí en TicketShop).

Cada pregunta (línea de cuestionario) puede ser de respuesta obligatoria u opcional, y el rango indica el orden en que será mostrada.



☆ **Cuestionario > Cuestionario de gustos**

+ NUEVO - SUPRIMIR

NOMBRE INTERNO	RANGO	RESPUESTA OBLIGATORIA
Tipos de música	1	sí
Nivel de afición	2	sí
Nacional o no	3	sí
E-mail	4	no

Nuevo (PMC) - Mozilla Firefox

https://pmc.pp-pos.secutix.com/tnc/questionnaire/editQuestionnaireQuestion.htm?parentId=438325458&action=new&rel

GUARDAR Y CERRAR TEST TEST TEST TEST

**Nuevo**

Pregunta \* Tipos de música

Rango \*

Respuesta obligatoria \*  sí  no


Ejemplo de cuestionario mostrado al imprimir ticket:

Por favor, asegúrate de imprimir todos los tickets.

**Cantatas de Buxtehude**  
 domingo 28 diciembre 2014 - 20:30  
 Sala de conciertos, Palau de la Música Catalana

**1 entrada Zona B**

Público general    Zona B - Bloque Primer piso fila 2 lateral - Fila 2 - Asiento 31    65.00 EUR



 **Imprimir**    Aún no impreso

Por favor, introduce la información del beneficiario del ticket.  
 Se efectuará un control de identidad.

Nombre   
 Apellidos   
 Seleccione los tipos de música de su gusto \*  
  
  
  
  
 ¿Es usted aficionado a la música? \*  
 Sí     No  
 ¿Nacional o extranjero? \*  
  
  
  
  
  
  
 \* campos obligatorios

**Guardar y continuar**

Gastos de gestión = 6.50 EUR  
 Subtotal = 71.50 EUR  
 Total = 71.50 EUR

 [Todos los pedidos](#)     [Imprime resumen](#)

#### 4.47 Límites (catálogo) - Por pedido, por agencia, general, globales

Para las diferentes necesidades de control que pueda haber, SecuTix permite establecer una serie de límites en los procesos de venta (compra) sobre el catálogo.

Estos límites son y se configuran:

- Límites por pedido. Para el que se puede especificar:
  - canal de venta.
  - familia de productos.
  - actividad.
  - naturaleza: límite por artículo o por sesión (función).
  - evento específico (opcional).
  - sesión (opcional).
  - categoría de asiento (opcional).
  - cantidad de límite.

Debe tenerse en cuenta que algún campo se activa sólo si tiene sentido según las opciones anteriores escogidas.

☆ **Límite de venta por pedido:**

Estado	Suspendido
Canal de venta *	<input type="text" value="Taquillas - Test"/>
Familia de productos *	<input type="text" value="Eventos"/>
Actividad *	<input type="text" value="Eventos"/>
Naturaleza del límite *	<input type="text" value="Por artículo"/>
Evento	<input type="text" value="Cantatas de Buxtehude"/>
Sesión	<input type="text" value="28/12/2014 20:30"/>
Categoría de asiento	<input type="text" value="Seleccionar..."/>
Cantidad limitada *	<input type="text" value="3"/>

- Límites por agencia. Para los canales de venta por agencia, para cada tipo de actividad, y en rejillas que muestran la actividad (definida por evento / visita, y espacio) y el contacto (agencia, que estará asociada al canal) a que se aplica, se puede establecer un límite de ventas.



Canal de venta \* Agencia Ticketshop 3 Actividad \* 1 Evénements spectacle vivant

Evento	Espacio	1113 MICROS	1062 MICROSOFT	961 OFFICE DU TOURISME	1059 RENAULT	926 SECUTIX
Límite de venta predeterminado	-					
Anthony Kavanagh	Sala de música, Sala principal, Sala principal					
Carla Bruni	Sala principal					
Enfantillages	Anfiteatro, Sala 1, Sala de exposiciones, Sala de recepción, Sala principal, Studio 3					
Etienne Daho	El Teatro, Sala principal, Sala principal, Site 3					
Federico Lambrusco	Auditorio, Sala principal					
Inconnu à cette adresse	Anfiteatro, Sala principal					
L'apprenti magicien	El Teatro, Sala de recepción, Sala principal					
Le Lac des cygnes	Edificio central, El Teatro, Sala principal					
Les fourberies de Scapin	Sala de música					
Les Saisons russes du XX <sup>ème</sup> siècle	El Teatro, Sala principal					
Mecano - Hoy no me puedo levantar	Sala principal, Sala principal					
Michael Gregorio	El Teatro, Sala de recepción, Sala principal, Sala principal					
Michael Gregorio revient	El Teatro					
Nouveau spectacle	Sala principal					
Nouveau spectacle	El Teatro					
Participer à "On va tous y passer"	El Teatro, Studio 3					
Visitas	Sala principal					

3. Límites globales. Se establecen para el global de la plataforma, y admiten los siguientes parámetros:

- .- evento.
- .- sesión (función).
- .- categoría de público (opcional).
- .- subcategoría de público (opcional).
- .- categoría de asiento (plaza) (opcional).
- .- cupo (contingente) (opcional).
- .- límite: cantidad de límite.
- .- nivel de alerta. NOTA, ver dónde se alerta.
- .- opciones (opcional): sí / no. NOTA. comprobar si es que cuentan las opciones o qué.

Estado *En preparación*

Evento \* Cantatas de Buxtehude

Función \* 31/10/2014 20:30

Categoría público Seleccionar...

Sub cat. público Seleccionar...

Categoría plaza Seleccionar...

Contingente Seleccionar...

Límite \*

Nivel alerta \*

Opciones  sí  no

#### 4.48 Plantillas de tickets (herramientas)

Una plantilla de ticket (organismo -> herramientas) es el conjunto de plantillas (de ticket; institución -> herramientas) que se utilizan para generar un ticket en el momento de su impresión.

El tipo de ticket de aplicación que se configura puede ser de tipo acreditación (badge), abono, entrada, pase, y servicio. Y cada plantilla estará disponible en cada producto o actividad, según su tipo.

Lo importante de una plantilla es que lleva asociadas todas las variantes de impresión

(comunicación) que se puedan usar. Es decir, impresión en papel térmico, generación de tarjeta RFID, impresión en PDF (print@home), emisión para móvil en app de gestión de entradas, .....

☆ *Plantilla de tickets > Ticket*

+ NUEVO - SUPRIMIR ■ OCULTAR 🔄 DUPLICAR

SOPORTE DE TICKET	NUMERADO	FICHERO
🔍 Bilete mobil	indiferente	EVENTOS_141023M
🔍 Bilete papel A4	indiferente	EVENTOS_141023P
🔍 Bilete térmico	indiferente	EVENTOS_141023B
🔍 E-Ticket	indiferente	EVENTOS_141023P

*Variación de la plantilla > Nuevo*

Soporte de ticket \*

Numerado \*

Fichero

Formato de ticket \*

Tipo de tarjeta

Estado *Visible*

Los datos generales de una plantilla son: nombre interno, código, tipo de ticket, familia de material (impresora de tickets / impresora de documentos).

En la parte de variaciones de plantilla, definimos todas las que sean necesarias. Eso no significa que hay que definir todas las variantes. En el formulario de cada variante, los datos a introducir son:

- soporte de ticket: acreditación ('badge') virtual, billete móvil, billete papel A4, billete térmico, e-ticket (es el print@home; aunque también sea A4), y pase.
- numerado: si / no / indiferente. Importante prestar atención a este punto, ya que si se usa un billete numerado para un espectáculo no numerado (o viceversa), el sistema no generará billete y será muy difícil darnos cuenta de que este es el motivo.
- fichero: plantilla de ticket a utilizar. Sólo se nos mostrarán las del tipo de soporte correspondiente.
- formato de ticket: sólo se muestra para 'badge' y térmico, y se selecciona de entre los formatos de ticket definidos en (NOTA. referencia).

#### 4.49 Contactos (contacto)

Esta sección se aborda de forma algo diferente al resto de manual. Las subsecciones harán referencia a la lista de tipos de contacto y funciones asociadas.

Diferenciamos principalmente los siguientes conceptos:

- contacto: persona (individuo) o entidad administrativa (estructura) que está en posición de realizar una compra en su nombre al organismo, y del que conocemos al menos su nombre.
- individuo: persona física.
- estructura: grupo de personas o persona jurídica.



Un contacto estará siempre ligado a uno o ningún individuo y a una o ninguna estructura (y al menos uno de los dos).

#### Conceptos utilizados

**Número de ficha de contacto:** generado por SecuTix y no editable. Se conserva a través de migraciones.

**Gestión de vínculos de un contacto:** una vez que un individuo o estructura se vincula a un contacto, no se puede cambiar el contacto salvo en el caso de un rol público vinculado a un individuo (en que es posible cambiar la estructura).

**El contacto 'prospecto':** es un contacto sin historial cultural, financiero o de compra. Cuando se crea un contacto, inicialmente es un prospecto. Este estado se asigna automáticamente por SecuTix y no puede ser editado.

**Eliminación de un contacto:** un contacto prospecto puede ser eliminado. Un contacto con historial de compra no puede ser eliminado.

**Los roles:** un contacto puede tener varios roles (estructura, guía, proveedor, ...) Cada rol da lugar a la generación de un nuevo contacto. Los roles están predefinidos en el sistema. Aquellos diferentes de público y retransmisión (productor, guía, ...) se utilizan en la parametrización de productos y visitas. Un rol puede estar caracterizado por una función, y las funciones se pueden insertar libremente.





**Tipos:** un contacto tiene un parámetro 'tipo' que puede tener dos valores (individual o estructura). El tipo 'individual' se usa cuando se representa a un individuo, aunque esté

también ligado a una estructura. El tipo 'estructura' sólo se usa si el contacto no está vinculado a un individuo.

☆ *Contacto > 146 Señor Abelardo ANTÚNEZ Cliente posible*

Resumen General Marketing Gestión Notas Administración

Seleccionar...

Idioma de comunicación  Asistencia  ARGENT PMG  Miembro 

Número de contacto  **Función**   
 (debe poner Rol)

**Persona**

Apellido \*  Nombre de pila \*   
 Fecha de nacimiento  Función   
 Edad  Móvil    
 E-Mail 1

**Cuenta de Internet**

¿No tienes cuenta internet encontrados para el contacto

**Dirección principal**

Pais \*  Dirección   
 Código postal \*    
 Ciudad \*    
 Teléfono    
 Fax

**Avisos marketing**

TIPO OFERTA INFORMACION TICKETING INTERNO DESTINATARIOS DISPONIBILIDAD

Ningún elemento encontrado.

2 - Pantalla resumen de datos de un contacto

#### 4.49.1 Contactos -> Contacto individual

El contacto individual es aquel que está ligado únicamente a un individuo, o a un individuo y a una estructura. Pueden existir varios de estos contactos para un mismo individuo, pero sólo uno con el rol 'público'.






[Atención: en algún sistema antiguo puede coexistir una traducción de Rol por Función, dejando duplicada la palabra en el interfaz. Ver captura de pantalla]

Normas de generación:

- el campo Rol es obligatorio.
- la creación de un contacto individual en el módulo de venta crea automáticamente un contacto de Rol Público.
- un contacto Individual puede tener los roles público y retransmisión.
- el contacto individual con rol público es el que representa a la persona en sí misma.
- la creación de un contacto de tipo individual con un rol diferente a público implica la creación automática de otro contacto con este rol.

- los contactos de una estructura deben ser de tipo público o retransmisión.
- una estructura debe estar ligada al menos a un contacto de tipo estructura con el rol público.
- la creación de un contacto de tipo estructura con un rol diferente a público implica la creación automática de otro contacto igual con este rol.

#### Detalles

-  **Informaciones**
-  Direcciones
-  Actividades
-  Historial relacional
-  Lista de envíos
-  Historial compra
-  Historial cultural
-  Historial financiero
-  Asientos preferidos
-  Criterios
-  Indicadores

Para cada contacto tenemos disponible sus históricos, que son: de compra, cultural, financiero y relacional. Respecto al:

- relacional: tiene que ver con los contactos realizados con el cliente. Se gestiona y se crea a través del CRM, y no es modificable.
- cultural: existe uno por temporada, e incluye todas las sesiones y productos a los que el contacto ha asistido o para los que ha reservado o comprado entrada.
- financiero: incluye todos los pagos del contacto, correspondiendo cada pago a un pedido. Es posible que un contacto tenga un historial financiero sobre entradas que no ha utilizado (las utiliza otro contacto).
- compra: agrupa los pedidos realizados por el contacto.

No se pueden borrar los contactos que tienen algún tipo de histórico.

De entre los datos que forman parte de un contacto, cabe comentar:

- direcciones: un contacto puede tener más de una dirección, pero sólo una de ellas se considerará dirección principal.
- indicadores: se presentan en la ficha de resumen como pictogramas. Incluyen información como antigüedad, canal de venta utilizado, implicación en redes sociales (compartir), influencia en redes sociales (clicks), si es joven, ostenta membresía, está abonado, asistencia, relevancia (cliente grande, mediano, pequeño) o si es novedad, ....
- asientos preferidos: guarda los asientos preferidos del contacto.

## 5 Preguntas frecuentes (FAQ)

A continuación se muestran una serie de preguntas y situaciones comunes, así como sugerencias para afrontarlas y/o solucionar problemas.

### 1. El proceso de compra falla

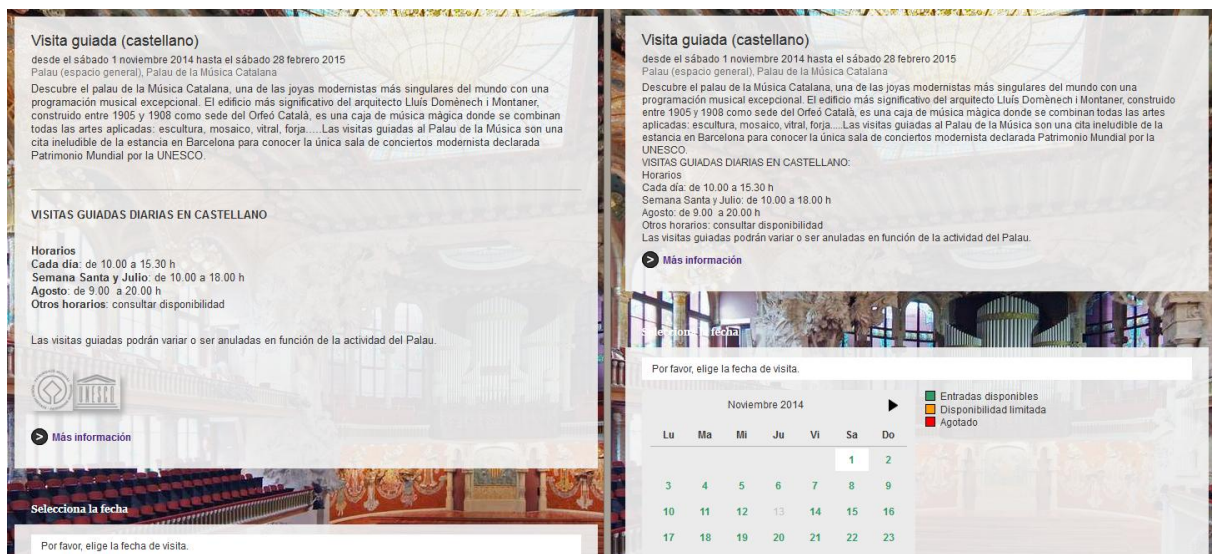
Existen muchos motivos por los que puede fallar el proceso de compra, tanto en el TicketShop como en el canal de venta (pantallas naranjas) de SecuTix. Los síntomas del sistema pueden variar, incluyendo la comunicación de que se están comprando productos incompatibles (aunque sólo se compre uno), que siempre falle la impresión de los tickets, o que nunca lleguen los mensajes debidos al e-mail.

Si la configuración se ha hecho de forma más o menos lineal, siguiendo instrucciones, elementos a comprobar son:

- que el producto / actividad tiene asociado un ticket (aparentemente) válido.
- que el ticket está definido en la variante adecuada (pdf, térmico, móvil).
- que no se ha confundido el ticket en pdf con el e-ticket (este último es el print@home).
- que no se están usando un ticket de tipo (no) numerado para un evento (no) numerado. Idea: si no se quiere controlar, es mejor hacer los tickets siempre para ambos (opción indiferente).
- que no se hayan borrada las plantillas de tickets asociadas al ticket.
- que los documentos a enviar estén bien definidos, y que lo que se tenga que enviar por e-mail conste como que es un e-mail, y lo que se tenga que generar como PDF conste que es un PDF.

### 2. Los contenidos de descripciones públicas (tienen poco estilo)

Los contenidos de los cajetines admiten texto, que puede contener etiquetas HTML. Si no se utiliza, la presentación será ramplona para textos largos. Es por ello que es preferible meter texto formateado; incluso se pueden hacer referencias a imágenes ubicadas en la web. En el ejemplo, la captura de la izquierda tiene lo mismo que la de la derecha.



**Visita guiada (castellano)**  
 desde el sábado 1 noviembre 2014 hasta el sábado 28 febrero 2015  
 Palau (espacio general), Palau de la Música Catalana

Descubre el palau de la Música Catalana, una de las joyas modernistas más singulares del mundo con una programación musical excepcional. El edificio más significativo del arquitecto Lluís Domènech i Montaner, construido entre 1905 y 1908 como sede del Orfeo Català, es una caja de música mágica donde se combinan todas las artes aplicadas: escultura, mosaico, vitral, forja... Las visitas guiadas al Palau de la Música son una cita melódica de la estancia en Barcelona para conocer la única sala de conciertos modernista declarada Patrimonio Mundial por la UNESCO.

**VISITAS GUIADAS DIARIAS EN CASTELLANO**

**Horarios**  
 Cada día: de 10.00 a 15.30 h  
 Semana Santa y Julio: de 10.00 a 18.00 h  
 Agosto: de 9.00 a 20.00 h  
 Otros horarios: consultar disponibilidad

Las visitas guiadas podrán variar o ser anuladas en función de la actividad del Palau.

Por favor, elige la fecha de visita.

Noviembre 2014

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23

■ Entradas disponibles  
■ Disponibilidad limitada  
■ Agotado

3 Izda, texto formateado -- Dcha, texto sin formatear

Aunque este tipo de edición y preparación suele ser propio de departamentos de diseño, es posible conseguir esta información por personal no técnico. Para ello nos podemos ayudar de herramientas de edición de texto que nos devuelven el HTML generado. Como por ejemplo: <http://html-color-codes.info/html-editor/> (buscar cualquiera).

La limitación que tenemos es que los cajetines de descripción pública están limitados a unos 2000 caracteres; y es fácil sobrepasarlos si la etiquetación de HTML lleva muchos detalles (muchos cambios son muchas etiquetas que se 'comen' esos caracteres).

### **3. No aparecen algunos productos, o no aparecen tarifas para algunas subcategorías de público**

Si esperamos ver cierta oferta para un cupo, o subcategoría de público, o categoría de asiento, y no se muestra, los motivos que pueden darse son varios.

Por ello, es conveniente comprobar:

- que la actividad / producto que no aparece tal como esperado está en funcionamiento.
- que la actividad / producto que no aparece está incluida en algún perfil de actividad / producto.
- que el perfil de actividad / producto correspondiente está en funcionamiento.
- que el perfil está asociado al canal por el que esperamos ver la oferta.
- que

## 6 Glosario

**Punto de venta:** un punto lógico en particular (taquilla, teléfono, sitio web) donde se puede desarrollar una venta, y que pertenece a un canal de venta

**Temporada:** periodo de tiempo (normalmente un año) durante el que se desarrollan diferentes actividades de una organización. Una temporada puede ser una temporada de teatro (que suelen ir de septiembre a julio), un festival anual, un campeonato de fútbol, un tour de cantantes, la temporada de apertura de un parque de atracciones, una feria anual, etc...

**Promoción:** una oferta preferencial que otorga un privilegio (descuento, venta temprana, mejores asientos, ....) para uno o varios productos.

**Producto:** una entidad abstracta que recoge los campos comunes para aquellas entidades que se pondrán eventualmente a la venta. Un producto puede corresponder a un evento (un producto de la familia 'Elemento único'), un pase de temporada, un paquete, un pase, una membresía, una actuación, .... Los abonos y paquetes se consideran productos compuestos al tener contenido particular (sesiones, actuaciones, ...) mientras que otros productos se consideran productos sencillos. El campo 'tipo de billete' contiene la lista de tipos autorizados (término, print@home, RFID) para el producto.

**Elemento de producto:** entidad abstracta que agrupa todas las familias de productos que contienen artículos.

**Elemento:** un elemento es la unidad básica que puede ser vendida (y por tanto estar asociada a una operación).

**Tipo de producto:** un tipo que permite la categorización de productos en familias de productos (diferente de 'elemento sencillo'). Se definen por temporada y familia de producto.

**Evento:** un evento cultural o deportivo que corresponde a la familia de 'elemento sencillo'. Los eventos se asocian a una actividad de la temporada y comprenden una o más actuaciones. Por ejemplo: el tour de Loquillo y Trogloditas, o una obra de teatro.

**Actividad:** es la agrupación dentro de una temporada de los eventos del mismo tipo. La actividad permite separar eventos que no son del mismo tipo. Por ejemplo: teatro / festival anual, actuaciones / tours guiados del teatro, museo / espectáculos de verano, etc.

**Sesión:** la instancia de un evento para el que la audiencia recibe un ticket, ya sea gratuito o de pago. Cada sesión tiene lugar en una fecha y horas determinadas. Pueden darse múltiples sesiones del mismo evento.

**Tema:** características generales de contenido de una actuación. Los temas se usan principalmente para la búsqueda o para una posterior clasificación y orientación de la audiencia. Los temas se ordenan en jerarquía. Por ejemplo: 'Opera' > 'Italiana' > 'Del siglo XVIII' (3 niveles); 'deportes' > 'rugby' (2 niveles).

**Periodo de venta:** tiempo durante el cual asientos u otros productos están disponibles para la venta. Cada periodo puede aplicarse a una, varias o todas las categorías de público.

**Categoría de público:** categorización general que permite diferenciar la audiencia basada en el modelo de relación directa con el establecimiento que frecuenta. Por ejemplo: contacto ocasional, abonado, grupo frecuente, invitado.... Las categorías de público no son editables por los administrador de la organización; lo son sólo por SecuTix.

**Subcategoría de público:** forma de diferenciar a la audiencia basado en el modo de relación directa con el establecimiento que frecuenta, así como de su estatus social. Cada organización define libremente su propia lista de subcategorías de público por temporada, para cada una de las categorías de público relevantes. Los precios y cargos del ticketshop se definen en base a subcategorías de audiencia. Ejemplos: (contacto ocasional) adulto, niño, jubilado, parada; (abonado) precio completo, precio reducido, .....

**Categoría de asiento:** categoría principal de un asiento o zona no numerada que permite definirla basado en el plan físico y geográfico. La categoría de asiento permite determinar el grado de visibilidad, audición y dificultad para ver directamente el escenario donde se realiza la actuación. Esto permite establecer diferentes precios dependiendo de la categoría de asiento. Ejemplo: categoría óptima en rojo, categoría 2 en azul, gallinero en marrón, ....

**Cupo / Contingente:** prereserva de un número de asientos o cuota de asientos para una o múltiples zonas no numeradas en un evento, de forma que se ofrezcan en exclusiva a un tipo de audiencia (abonados, protocolo, ....) o ciertos canales de venta. Ejemplo: cupo 'Fnac', 'Internet', 'Comunidades', 'VIP', 'autoridades', ....

**Precio de la actuación:** para una actuación dada, la cantidad que corresponde a una subcategoría de público y su categoría de asiento asociada. Ejemplo: para la representación de Tosca el 25 de febrero, el asiento para niños de primera categoría es 25,50€.

**Gastos simples:** el tipo de cantidad que se paga por los costes de servicio de venta de cada línea del ticket en los canales de venta. Estos cargos se contabilizan por ticket, de acuerdo al tipo de operación realizada (reserva/venta, opción). Los gastos simples añadidos a un pedido se representan por una operación específica. Ejemplo: gastos de reserva, gastos de gestión, gastos de agencia, ....

**Gastos generales:** el tipo de cantidad que se paga por los costes generales del servicio de venta en los canales de venta. El gasto se aplica a nivel de pedido. Ejemplo: 3€ de gastos de aplicación.

**Gastos de pago:** el tipo de cantidad que se paga por usar un medio de pago determinado. Estos gastos se aplican por cada orden de pago. Ejemplo: 2% de la cantidad a pagar por usar una tarjeta de crédito, con un mínimo de 0,5€.

**Gastos de envío:** el tipo de cantidad que se paga por los costes de manipulación y envío de tickets y/o documentos a un contacto. Estos gastos se pagan por envío. Ejemplo; 5€ por envío a Europa.

**Variables de confort:** es un valor accesorio que permite una mejor descripción de una actuación, así como su búsqueda más fácil. Ejemplo: escenografía = Benno Besson, Decoración = Enzo Tofolotti, Producción = Ópera alemana del Rhin, ....



**Servicio:** un servicio, aparte de la venta misma del ticket, se proporciona gratis o bajo pago. Puede referirse a los servicios que forman parte del ticket (relacionado con el número de tickets o el monto del ticket), a servicios adicionales (copa de vino en el descanso, ...) o a objetos de mercadotecnia no gestionados por SecuTix (DVD, bufanda, libro, ...)

**Elemento de servicio:** un elemento de producto en una familia de productos del tipo 'servicio'. El servicio del elemento permite definir un nombre específico para cada uno de los elementos del servicio. Ejemplo: panfleto de La Traviatta en inglés, panfleto de La Traviatta en español, panfleto de La Traviatta en francés.

**Pase:** un título que permite una o múltiples entradas en una zona de ocio, tal como un museo, una exhibición, un monumento, un parque, etc. (en contraposición a un 'elemento sencillo', usado en el dominio de los espectáculos en directo).

**Fecha de validez:** un pase se define como válido para un grupo de días. El precio del pase puede variar dependiendo de las fechas de validez del pase.

**Precio del elemento:** para un elemento dado, el montante que corresponde a una subcategoría de público. Ejemplo: para el servicio 'Programa', y el elemento 'Programa en inglés', el precio para adultos es de 8,5€ y para estudiantes es de 7€. Los campos 'cantidadMax' y 'cantidadMin' representan las cantidades mínima y máxima respectivamente que se permiten comprar para un pedido específico.

**Cargo por elemento:** establece el montante cobrado sobre cada elemento del precio por cada cargo simple. Ejemplo: 1€ de cargos de gestión por cada ticket a abonados.

**Nivel de precio:** una característica asociada a un abono o membresía que permite establecer diferentes precios para una actuación o elemento dado. El poseedor de un abono o tarjeta de membresía puede tener derecho a disfrutar de precios preferenciales para otros eventos o elementos.

**Venta cruzada:** técnica comercial particularmente adaptada a Internet que permite proponer un conjunto de productos suplementarios a un cliente que se ha interesado por un producto en particular. Un enlace de venta cruzada también define el enlace entre el producto base y un conjunto de productos cruzados. Los productos cruzados pueden mostrarse de diferentes formas: como sugerencias en el catálogo, junto al carrito de la compra, dentro del carro de la compra o en la forma de un producto más interesante ('up-marketing' o 'up-selling').

**Producto compuesto:** entidad abstracta que es padre de las familias de productos compuestos. Ejemplo: paquete, abono.

**Paquete:** conjunto de productos (actuaciones, servicios, ...) vendidos simultáneamente bajo la forma de un producto específico. Un paquete puede descomponerse en tantos elementos como categorías de asiento. Los contenidos de un paquete son un conjunto de líneas de paquete, donde cada una corresponde a una lista de actuaciones o lista de elementos pertenecientes a una familia de productos de servicio. Ejemplo: paquete de fin de semana (2 espectáculos para 2 personas durante un fin de semana + un panfleto).

**Línea de paquete:** un elemento que define el contenido de un paquete. Una línea de paquete da la opción de una lista de actuaciones o lista de elementos (diferentes de

aquellos de los productos compuestos). Una línea de paquete puede indicarse con una cantidad superior a 1. Con el ánimo de permitir generar paquetes de multi-pago (por ejemplo, un paquete familiar con dos adultos y dos niños), una línea de paquete puede asociarse con una subcategoría de público en particular. Ejemplo: dentro del paquete fin de semana, 2 tickets para el evento 'La Traviatta', actuación del 29 de abril.

**Abono:** un contrato entre un establecimiento y la audiencia que permite a esta última a beneficiarse de precios preferenciales por asientos, con la condición de que se comprometa a acudir a un cierto número de espectáculos establecidos por el establecimiento. La definición de los contenidos de la suscripción se compone de un grupo de líneas de abono, cada una de las cuales corresponde a un evento (de cualquier o de un subgrupo de sus sesiones). Estas líneas de abono se pueden agrupar por tema de abono.

**Línea de abono:** elemento que define los contenidos de un abono. Corresponde a un evento (obligatorio u opcional), ya sea para una sesión en particular o para cualquier de ellas.

**Tema de abono:** características que permite agrupar eventos (líneas de abono) en la definición de un ticket de sesión. El tema de abono permite la creación de un subgrupo de eventos en un ticket de abono para el que el cliente puede elegir un cierto número de eventos.

**Escaparate:** un escaparate es una lista de productos o elementos seleccionados que se incluyen en primer lugar en el sistema de venta. Un escaparate puede contener una lista de productos o una lista de pares (elementos o actuaciones, subcategoría de público).

**Tabla de tarifas:** un grupo de precios válidos para una actuación. La misma tabla se puede usar para múltiples actuaciones.

**Elemento de tabla de tarifas:** precio registrado en una tabla válida para una categoría de asiento, subcategoría de público y, quizás, un nivel de precios dado.