

PROYECTO DESARROLLO PLATAFORMA DIGITAL DE GESTIÓN DE SALAS DE CONCIERTOS

ACCES está desarrollando junto a Musikaze una plataforma digital de gestión diseñada específicamente para las necesidades de las salas de conciertos. El proyecto, financiado por el INAEM – Ministerio de Cultura y Deporte, los Fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y la Unión Europea – Next Generation EU, quiere conformar un espacio virtual con diversas herramientas de gestión específicas para el total desarrollo de la actividad de las salas de conciertos, siguiendo un modelo de autogestión que persigue ser eficaz y sencillo al mismo tiempo. El objetivo es digitalizar todos los procesos, de manera que cada uno de los socios de ACCES tenga acceso desde cualquier parte a su espacio virtual y pueda compartir en tiempo real toda la información con su organización a través de un sistema de accesos por permisos y tipos de usuarios.

1 Investigar e identificar cuáles son los requerimientos específicos de las salas de conciertos para que la plataforma digital de gestión se adapte plenamente a sus necesidades.

En una primera fase se planteó la comunicación con socios ACCES para conocer el estado real de su gestión y qué necesidades específicas y generales son han sido las que suscitaron para ellos mayor interés y necesidad.

Para ello se realizó un ejercicio de descubrimiento, a través de entrevistas con las salas, para identificar las principales necesidades que tienen las salas para su gestión. Se hizo hecho un doble proceso y así, por un lado, se han listado todas las necesidades generales y, en segundo lugar, se han tratado de identificar aquellas que son más necesarias o críticas para ellas. Fue en estas últimas en las que se centró el desarrollo de la plataforma en esta fase del proyecto.

a) Necesidades generales:

- Trabajo en la nube, sobre una base de datos común que alimente cada organización, lo que permite:
 - Tener una agenda de contactos única
 - Calendario único de reservas y confirmación de fechas
 - Organización de trabajos, horarios, tareas, administración por evento
- Un CRM. para la mejor gestión con clientes y proveedores
- Compartir horarios en la producción
- Hospitalidad: hoteles, comidas, reservas viajes, horarios
- Establecer una hoja de ruta de cada evento
- Establecer tareas en cada evento
- Informes relacionados con cada evento y generales
- Vender entradas online en cada evento
- Venta de entradas en función del evento: numeradas, por mesas relaciones públicas, con consumición...
- Vender entradas físicas en cada evento
- Sistema de venta de taquilla integrado
- Listado de compradores y comunicación con los mismos
- Gestión de acreditaciones e invitaciones
- Control del aforo
- Saber el estado de cada evento, si está a la venta o no. Y cuando se pone a la venta, fin de la venta etc
- Tener conocimiento de la relación contractual con cada espectáculo
- Digitalizar el proceso de contratación: alquiler de sala o contratación de artista
- Generación del contrato online de cada evento
- Gastos e ingresos de cada evento
- Creación de facturas: series de Facturación, vencimientos, gestión del cobro, relacionarlas con evento correspondiente
- Facturas de proveedor: relacionarlas con gastos de cada evento, gestión de pagos
- Sistema de newsletter o comunicación con público y/o profesionales
- Listas de mail categorizadas
- Informes del envío de newsletter

b) Necesidades específicas y urgentes:

- Solución de taquilla integrada en la plataforma que permita controlar la venta física el día del evento junto a la venta online
- Venta de entradas a través de relaciones públicas
- Venta de entradas con consumición
- Gestión del acceso con especial atención a las entradas con consumición
- Herramienta de alquiler de espacio o contratación de artistas (booking), que consiste en la recopilación online de todo el proceso de contratación de un artista o alquiler de sala.
- Venta numerada con gestión de mesas
- Búsqueda de una mayor imagen de marca personalizada por parte de cada sala
- Comunicación con los compradores

2 Implementar estos requisitos específicos en la plataforma.

Para el inicio de actividad del grupo de trabajo se estableció un grupo reducido de colaboradores del proyecto que intervinieron activamente en el proceso. El grupo de trabajo ha estado formado por las siguientes salas:

- Sala Euterpe (Alicante)
- Sala Escenario Santander (Santander)
- Sala Zentral (Pamplona - Navarra)
- Sala Informal (Tafalla - Navarra)
- Sala Clandestino (Albacete)
- Sala Velvet Live! (Ceuta)
- Agure Cultural (Tenerife)

Todas las salas han intervenido durante la fase de trabajo y descubrimiento de distintas maneras. Así, a lo largo de los meses se han producido varias reuniones a través de Zoom, llamadas telefónicas en las que se hablaba de las sensaciones y posibles problemas con el uso de la herramienta, y correos electrónicos. A su vez, Musikaze, la empresa colaboradora con la que hemos desarrollado este proyecto, envió a las salas

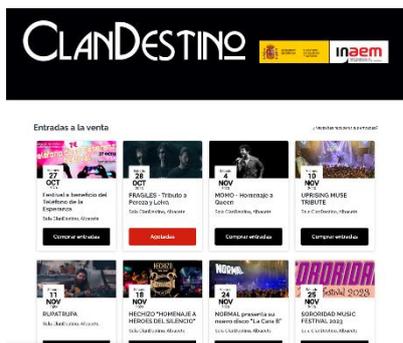
implicadas varios tutoriales para el correcto uso de la plataforma y actualizaciones de los trabajos realizados en las mejoras propuestas.

Se dieron estos pasos con cada una de las salas que participaron en este grupo de trabajo:

Creación de sites de cada sala en la plataforma

Cada una de las salas pudo acceder a todo el contenido de la plataforma para observar los procesos y envió su feedback general de la herramienta, así como sus recomendaciones de mejora de algunos de los procesos (aquellos que más les interesaban). Asimismo, comunicaron a Musikaze qué servicios o soluciones serían interesantes de incluirse en la plataforma para una mejora de la gestión de las salas.

Una vez hecha la revisión general de toda la herramienta, cada una de las salas configuró su propio site y se publicaron en ellas sus eventos, que posteriormente se pusieron a la venta.



Formación inicial (primeros pasos) de la herramienta

Inicialmente, después de la primera reunión que sirvió para sentar las bases y los canales de comunicación entre todos los implicados, se dio acceso a las siete salas elegidas a la plataforma y se dio una formación básica con los procesos más elementales: creación de un evento, publicación del mismo, configuración de la venta de entradas, generación de invitaciones y acreditaciones y, por último, gestión del control de accesos el día del evento.

Posteriormente se visitó el resto de la plataforma y se hizo una explicación lo más sencilla posible de las opciones que tiene cada servicio ofertado. La idea era que los responsables de las salas pudieran bucear por todos los procesos en busca de:

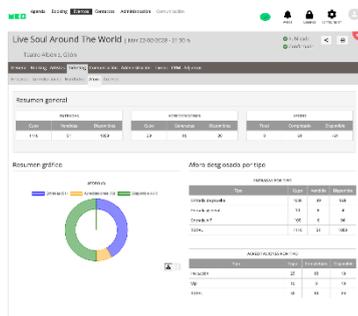
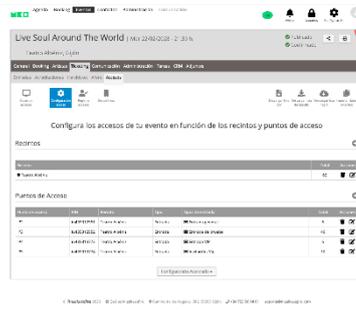
- Procesos que la sala no tuviese integrada en su gestión normal y que pudiesen ser interesantes.
- Carencias de la plataforma respecto a procesos o servicios que no estuviesen incluidos y fuesen interesantes para mejorar la gestión de las salas.
- Procesos o servicios existentes, pero que fuesen susceptibles de mejora, bien porque no estuviesen bien rematados, bien porque no se adaptasen a las necesidades específicas de las salas.

Formación específica en cada una de las partes de la plataforma que vaya a ser objeto de análisis.

Una vez que se realizó la formación inicial y que las salas implicadas pudieron tener una idea global de la herramienta, se dio paso a la formación específica de aquellas partes de la plataforma en las que se iba a poner el foco: el ticketing y el booking, tras ser estos dos puntos destacados como más relevantes y urgentes por el grupo de trabajo previamente establecido. Todas las salas llegaron al acuerdo que inicialmente se iba a trabajar en todo lo relativo a venta de entradas, tanto online como físicas, gestión de invitados y acreditados, así como la parte de negociaciones y reserva de fechas.

Hubo formación específica con cada una de las salas para explicarles en detalle toda la parte de venta de entradas. Esta formación específica se centró en:

- Cómo crear eventos
- Configuración del sitio de venta (personalización del mismo)
- Configuración de la venta de entradas tanto numerada como no numerada
- Configuración y gestión de pool de entradas
- Uso de la solución de relaciones públicas
- Configuración de la gestión de mesas
- Gestión de bloqueos (venta numerada)
- Resolución de incidencias: búsqueda de entradas vendidas, reenvío de entradas, devoluciones y anulaciones de entradas.
- Gestión de invitaciones y acreditaciones
- Gestión de accesos: importación de datos de otras ticketeras, actualización manual de los datos de accesos y uso de la app móvil para el escaneo de entradas.

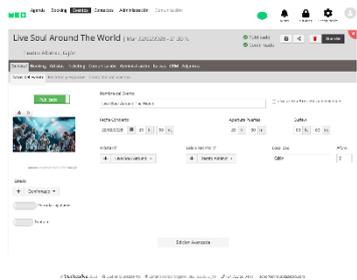
Configura los accesos de tu evento en función de los recintos y puntos de acceso

Recintos

Recinto	Acceso	Entradas	Reservadas
1	Acceso	100%	24

Puntos de Acceso

Punto de Acceso	Recinto	Acceso	Entradas	Reservadas
1	1	Acceso	100%	24
2	1	Acceso	100%	24
3	1	Acceso	100%	24



Reservar Datos

Justificación: [Campo de texto]

RESERVAS

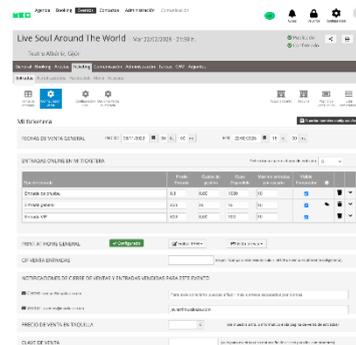
GRUPO: [Selección de grupo]

VENTAS: [Selección de ventas]

ENTRADA: [Selección de entrada]

RESERVADAS: [Selección de reservadas]

RESERVAR



Métricas

RESUMEN GENERAL

GRUPO	VENTAS	ENTRADA	RESERVADAS
TITUL	0	100%	24

ENTRADA EN TIPO DE ENTRADA

ENTRADA	VENTAS	ENTRADA	RESERVADAS
Entrada bloqueada	100%	24	24
Entrada no bloqueada	0%	0	0
TOTAL	100%	24	24

PERFIL DE HOTEL GENERAL

OPCIONES DE ENTRADA: [Selección de opciones]

NOTIFICACIONES DE CEBER DE ENTRADAS Y ENTRADAS VENDIDAS PARA ESTE EVENTO

NOTIFICACIONES DE CEBER DE ENTRADAS: [Formulario de notificación]

RECORRER CEBER EN TROQUELA: [Formulario de notificación]

CLIENT DE CEBER: [Formulario de notificación]

3 Probar y testear la plataforma con una selección de socios de ACCES que atiendan a unos perfiles previamente establecidos.

Reuniones del grupo de trabajo. Seguimiento de las pruebas realizadas por las salas: Se mantuvieron periódicamente reuniones online y/o presenciales para analizar el estado de las pruebas realizadas y la experiencia de uso propio de la gestión. Análisis de carencias de la herramienta para sus necesidades y propuestas por parte de las salas de mejoras o cambios en los procesos que se adecúen mejor con su gestión diaria.

Las reuniones se realizaron básicamente a través de videollamada, ya que la posibilidad de compartir pantalla se hacía prácticamente imprescindible para poder llegar a conclusiones. Fruto de la experiencia que cada sala hizo por su cuenta de la herramienta y del conocimiento adquirido gracias a la formación específica en la herramienta, se llegó a varias conclusiones en forma de propuestas de nuevos servicios y de mejora de otros:

- Se acordó la necesidad de generar un sistema de taquilla de manera que se permitiese la venta física en la misma sala el día del evento y que sus datos se mostrasen de forma centralizada en la plataforma junto a los de la venta online para una mejor comprensión y guardado de los mismos.
- Se vio también la necesidad de incorporar a la gestión de la venta (tanto online como física) la figura del relaciones públicas. Para ello se propuso un código alfanumérico que se añadiría al link de venta y que permitiría reconocer la persona a la que se atribuiría esa venta. El listado de ventas incluirá también la mención al nombre de los relaciones públicas en las ventas de cada uno de ellos.
- Se acordó realizar una mejora en la gestión de accesos que permitiese la identificación y fácil lectura por el personal de accesos del tipo de entrada que se ha leído de cara a las entradas con consumición. El anterior sistema no ofrecía esa información y mostraba los datos muy poco tiempo, lo cual hacía muy

dificultosa esta labor. Se propuso introducir un cambio en la app de accesos de manera que te permita configurar si la lectura se mantiene fija en la pantalla del dispositivo o no. Para este tipo de accesos se usaría la opción de mantener fija la lectura para poder extraer el dato del tipo de entrada adquirido y si este conlleva o no algún tipo de consumición.

- Se acordó buscar una solución que permitiese que cada sala pudiese explotar mejor su imagen de marca. Para ello se propuso que la página de venta se pudiese integrar dentro de la web oficial de la sala y no saltar siempre al entorno de musikaze.net, que es donde están alojadas todas las páginas de venta. En un primer momento se propuso la opción de inserción vía iframe, pero no dio los resultados esperados, sobre todo en venta numerada. Por ello se buscó una nueva solución vía subdominio, lo cual permite que la venta se mantenga en el entorno oficial de la web de la sala. Para redondear esta personalización, se propuso que cada sala pudiese usar su propio correo como remitente de las entradas compradas y que no las enviase la cuenta MusikazeTickets como hasta ahora.
- Se acordó realizar una gestión “particular” de venta numerada como es la gestión de mesas. Se trata de un tipo de venta numerada en la que en vez de butacas se venden mesas que pueden tener una capacidad variable. La gestión consistirá en poder controlar el número mínimo de comensales de cada mesa y el máximo de comensales. A su vez se puede hacer una escaleta de precios dependiendo del número de asientos comprados.
- Se propuso la posibilidad de comunicarse con los compradores de entradas de forma centralizada, desde la plataforma, sin tener que recurrir a sistemas de mailing. Su uso sería para comunicar a los compradores de entradas de cambios importantes en el evento (cambio de fecha, de hora, etc). Es decir, cambios críticos que afectan de forma directa al evento.
- Se acordó implementar y mejorar la herramienta de alquiler de espacio o contratación de artistas (booking), que consiste en la recopilación online de todo el proceso de contratación de un artista o alquiler de sala.

4

Recibir y analizar el feedback obtenido y valorar cuáles son las herramientas específicas que han despertado mayor interés y eficacia a la hora de realizar las actividades de gestión propias de una sala de conciertos.

Análisis y estudio de las conclusiones de los grupos de trabajo. Una vez documentado todo el material resultante de las reuniones del grupo de trabajo y el feedback recogido de las salas participantes en la prueba de la herramienta, se procedió al análisis técnico y estudio pormenorizado de cada una de las propuestas, su posibilidad de inserción en la plataforma y determinación del mejor método para ello. Todo ello se hizo desde un punto de vista programático, atendiendo a criterios de navegación y usabilidad, buscando en todo momento un entorno “friendly” para el usuario.

En general, el feedback recibido por los participantes en el grupo de trabajo fue positivo. Los responsables de las salas valoraron muy positivamente algunos aspectos de la plataforma de cara a su gestión diaria:

- Tener el control de todos los aspectos de la venta es una ventaja muy reseñable
- Los cambios, por muy críticos que sean, se reflejan en el productor final en tiempo real.
- Sistema de venta de entradas muy flexible y fácil de manejar
- Posibilidad de generar facturas o tener el control de ingresos y gastos de forma centralizada
- Posibilidad de almacenar y guardar los datos de compradores de entradas
- Facilidad para dar respuesta a los problemas con los compradores (gestión de incidencias)

5

Activación de las mejoras en la plataforma

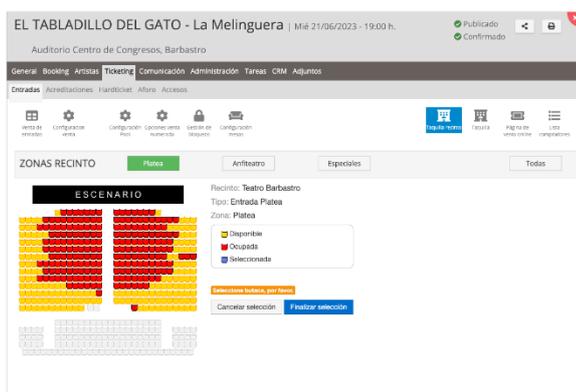
Documentación y análisis de necesidades para cada una de las propuestas de desarrollo admitidas: Se partió de lo decidido en la última fase de investigación y fueron necesarias una serie de reuniones entre los programadores y el jefe de proyecto que se determinó para cada uno de los ítems que se habían decidido hacer.

Trabajos de programación: En esta fase se llevó al código de la plataforma todos aquellos objetivos que se habían documentado y los cambios/mejoras en procesos ya existentes.

Ajustes finales: pruebas finales y paso a producción.

La activación de las mejoras en la plataforma se consiguió en todas las mejoras propuestas, y se realizó conforme a los procesos que normalmente realiza Musikaze con todos sus desarrollos. Primero se documentó toda la información aportada por las salas y fue el jefe de proyecto el que definió el calendario de desarrollo, pruebas, ajustes finales e implementación de la solución en la plataforma. Las pruebas fueron realizadas tanto por el personal de Musikaze como por los integrantes de las salas en un entorno de pruebas generado para ello. Una vez conseguido el aprobado por todas las partes se procedió a su publicación en la plataforma (se adjuntan capturas de todas las propuestas ya implementadas en la herramienta).

- Solución de taquilla integrada en la plataforma que permita controlar la venta física el día del evento junto a la venta online.



- Venta de entradas a través de relaciones públicas

Family Events pres. Ptazeta (Especial Carnaval) | Sáb 26/02/2022 - 23:00 h. Publicado Confirmado

Family Club, Sonseca

General Booking Artistas Ticketing Comunicación Administración Tarifas CRM Adjuntos

Entradas Adrestitaciones Hardticket Aforo Access

Validar Anúdos

Total entradas: 898

Fecha	Localizador	Datos comprador	Código	Tipo de entrada	Nº	Importe	Div.	Acciones
26/02/2022	NMZZ2101103172	Antonio Pastor Medina antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	3	60,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101103104	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101103086	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101103052	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101103054	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101103052	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101102999	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101102983	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101102913	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101102896	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101102875	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101102832	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101102874	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		
26/02/2022	NMZZ2101102548	Antonio Pastor antonio.pastor@sigmail.com	asobanevents	20€ con Dima	1	20,00 €		

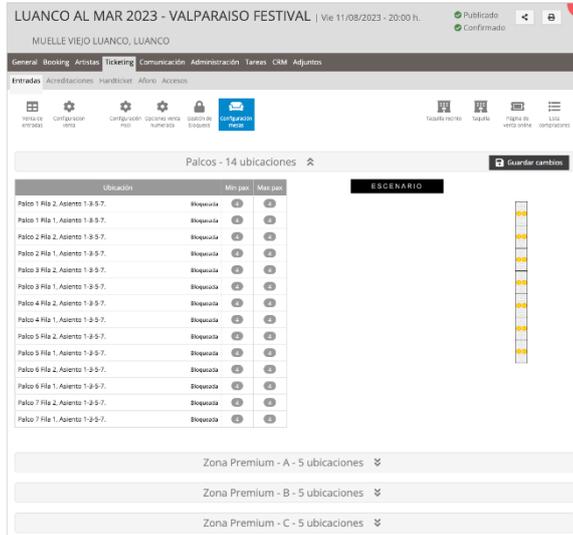
- Herramienta de alquiler de espacio o contratación de artistas (Booking), que consiste en la recopilación online de todo el proceso de contratación de un artista o alquiler de sala.

Booking | Alquileres de sala Recibidos Enviados Todos 13

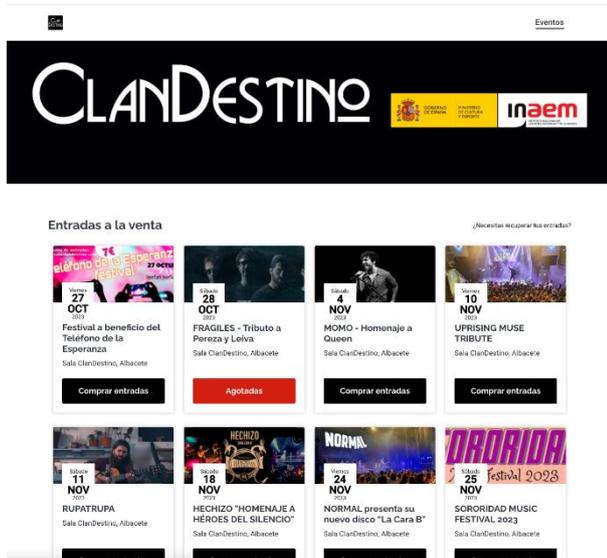
Buscar... Filter

Artista	Fecha actuación / Lugar	Cliente	Booker	Evento	Fase
Antonio Pastor	Sáb, 26 ene 2024 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Jue, 09 nov 2023 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Sáb, 09 mar 2024 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Dom, 19 nov 2023 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Sáb, 27 abr 2024 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Sáb, 06 abr 2024 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Sáb, 13 ene 2024 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Vie, 01 dic 2023 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Sáb, 17 feb 2024 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Sáb, 23 dic 2023 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Sáb, 27 ene 2024 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Sáb, 11 nov 2023 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Vie, 26 abr 2024 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Vie, 03 nov 2023 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Vie, 17 nov 2023 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.
Antonio Pastor	Sáb, 28 oct 2023 Santander	Antonio Pastor	Francisco	Antonio Pastor	Rec.

- Venta numerada con gestión de mesas



- Búsqueda de una mayor imagen de marca personalizada por parte de cada sala



- Comunicación con los compradores

