

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA  
CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE CONTACT CENTER  
/ CALL CENTER PARA LA ESTACIÓN DE ESQUÍ Y  
MONTAÑA DE SIERRA NEVADA MEDIANTE  
PROCEDIMIENTO ABIERTO (Expediente nº  
CE181960009/24)**



## **SERVICIO DE CONTACT CENTER / CALL CENTER PARA CETURSA SIERRA NEVADA S.A.**

### **1. INTRODUCCIÓN.**

Cetursa Sierra Nevada, S.A. es la empresa pública andaluza que explota la Estación de Esquí, Snowboard y Montaña de Andalucía.

La principal visión de Cetursa Sierra Nevada, S.A., es la de situar a la estación de Esquí, Snowboard y Montaña de Sierra Nevada como un referente turístico nacional y volver a ser una de las mejores estaciones de esquí y snowboard de Europa que promueve la actividad deportiva en sus instalaciones siempre respetando los valores medioambientales del entorno protegido en el que se realiza la mayor parte de su actividad.

La actividad desarrollada por Cetursa Sierra Nevada, S.A., es un importante motor del empleo y generador de riqueza para los pueblos y ciudades de su entorno, creando puestos de trabajo directo e indirecto, ayudando a luchar contra la despoblación en la provincia de Granada y, por supuesto, en Andalucía. De su sostenibilidad y de su capacidad de creación de empleo, inversión y valor añadido dependen muchas economías familiares y Pymes de nuestra comunidad.

Los proyectos de inversión en remontes, pistas, restaurantes, hoteles, maquinaria y equipamientos en el dominio esquiable o en la zona urbana son vitales para la economía del entorno de Sierra Nevada, que en muchos casos es circular. Cetursa Sierra Nevada, S.A. ha facturado en 2022 más de 45 millones de euros con 700 puestos de trabajo directo, siendo ésta una de las mayores relaciones entre número de empleados y facturación de la provincia.

La actividad generada por la Estación de Esquí, Snowboard y Montaña de Sierra Nevada, en su conjunto, asciende a varios centenares de millones de euros, dando empleo a varios miles de personas, y supone una importante cuota del PIB granadino.

Según estudio realizado por la Universidad de Granada, la Estación de Esquí, Snowboard y Montaña genera el 2,19% del VAB total del sector servicios de la provincia de Granada, y el 1,73% del VAB del conjunto de sectores. En cuanto a empleo, Sierra Nevada da trabajo al 2,37% de los ocupados del sector servicios de la provincia y al 1,85% de todos los ocupados de la economía granadina.

### **2. OBJETO DEL CONTRATO.**

El objeto de la licitación es contratar los servicios de Contac Center/Call Center para la estación de esquí, snowboard y montaña de Cetursa Sierra Nevada S.A. Se entenderá como una unidad multicanal de procesos de atención telefónica, gestión de emails, click to Call, chat y emisión de llamadas (campañas), integrados bajo una misma herramienta de gestión de contactos, que permite la gestión de las diferentes tipologías de clientes en función de su perfil y de la información necesaria para su gestión.

### **3. PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA NECESIDAD.**

#### **1. CANALES DE ATENCION y COMUNICACIÓN.**

- Telefonía: Llamadas entrantes y salientes (venta, comercialización, encuestas, información, *click to call*, etc.)
- Emails: Operativas administrativas, resoluciones de ventas, incidencias, quejas, reclamaciones y/o devoluciones.
- Chatbots /WhatsApp: Comunicación digital con resolución de dudas inmediatas o consultas rápidas.

## 2. MISIÓN, DESCRIPCIÓN OPERATIVA y FUNCIONAL DEL SERVICIO.

El Contact Center/Call Center de CETURSA SIERRA NEVADA SA, ha de entenderse como una unidad multicanal de procesos de atención telefónica, gestión de emails, *click to Call*, chat y emisión de llamadas (campañas), integrados bajo una misma herramienta de gestión de contactos, que permite la gestión de las diferentes tipologías de clientes en función de su perfil y de la información necesaria para su gestión.

Asimismo, es misión del Contact Center / Call Center utilizar el canal telefónico para la realización de campañas comerciales, dar información, producir ventas o validación de información y resolución de incidencias para cualquier departamento interno de CETURSA SIERRA NEVADA SA con el fin que ésta determine. Gestión de difusión de la información de ventajas y beneficios de productos, servicios actuales y nuevos. Así como la potencialización de actuales productos y servicios de la Estación de Esquí y Montaña Sierra Nevada (explotación/temporadas invierno y verano).

Fundamentalmente el adjudicatario debería gestionar y tener adecuados sus sistemas para los siguientes tipos de procesos para la operatividad y/o función del servicio:

1. Atención de clientes: Recepción de llamadas
2. Atención de clientes: Gestión de emails
3. Módulo de back office
4. Gestión de avisos e información (operativa interna del agente/gestor)
5. Gestión *Click to Call*
6. Chatbot
7. Encuestas post-llamadas de Satisfacción a clientes al finalizar la llamada.
8. Campañas de emisión de llamadas.

### 2.1 Atención de clientes: Recepción de llamadas (llamadas entrantes):

Independientemente del canal de atención por el que se reciba la interacción, atender todas las llamadas entrantes, identificando la tipología del cliente que llama y así contemplar los siguientes servicios:

- Usuarios dados de alta
- Usuarios nuevos
- Visitantes
- Profesionales - Agencias
- Colectivos
- Profesionales de la Nieve (Federaciones, Clubes, etc)
- Trabajadores de la estación (establecimientos, escuelas, etc) y proveedores.
- Personal interno Cetursa Sierra Nevada, trabajadores, etc.
- Tratamiento / recepción: Quejas, reclamaciones y / o devoluciones.

## **2.2 Atención de Clientes: Gestión de emails**

Al igual que en la gestión de las llamadas, los correos electrónicos requieren la identificación de la tipología del cliente para su tramitación y tipo de gestión: informativos al cliente y resolución de incidencias (ej. proceso compra CRM, etc)

## **2.3 Tareas back office:**

- Tareas Pendientes, claramente identificadas y en cronograma.
- Reclamaciones, quejas, incidencias y/o devoluciones.

## **2.4 Gestión de avisos e información en el CRM aplicativo de trabajo (información de la aplicación que debe estar disponible a todos los agentes):**

Teniendo en cuenta que, el Contact Center / Call Center gestionará un servicio muy dinámico y sobre todo con información muy variada y heterogénea sobre las distintas acciones y operativa que forman parte del negocio de Cetursa Sierra Nevada SA, se implementará, la incorporación de un acceso a archivos, con la información complementaria a la contenida en las aplicaciones de la estación y un manual de trabajo operativo y gestión de la herramienta CRM, que le será entregado al inicio de la Formación, al operador.

Esta información debe ser accesible a todos los operadores desde las diferentes pantallas y debe ser posible organizarla según diferentes criterios/productos, para que su consulta sea fácil y ágil para el operador. Además, dispondrá de una vista tipo calendario para ver los eventos, promociones, ofertas, etc., por día y/o mes.

## **2.5 Gestión Click to Call o Web Call Back (botón de llamada):**

Botón en el que un usuario/cliente realiza un clic para dejar su información de contacto a Cetursa y ser contactado de vuelta en tan solo unos minutos por un agente especializado del Contact Center. Las gestiones de estos clientes deberán realizarse en un entorno tipo Chat o bien, podrá realizarse vía telefónica si el cliente prefiere este medio.

## **2.6 Chatbots:**

El adjudicatario debe tener este asistente/software, por el cual se comunicará con los usuarios o potencial cliente a través de mensajes de texto. Una herramienta automática, que interactúe con el cliente a cualquier hora del día. Debe tener preparado el software de inteligencia artificial para que lleve al cliente a la conversación que tiene preparada y a lo que quiere ofrecerle. Las preguntas del robot no deben ser generales ni abiertas, de esta forma se evitará que el usuario/cliente potencial se vaya a otros temas que no interesen. Se debe alcanzar la mejora del servicio al cliente, facilitando los procesos de compra o conversación, con la posibilidad de enviar la respuesta por email al cliente, si procede.

## **2.7 Encuesta Post-Llamada. Valorar el servicio telefónico (de 1 a 3 preguntas).**

Una encuesta satisfacción al cliente rápida y automática (3 conceptos/preguntas) al finalizar la llamada. Dos argumentarios diferentes según la llamada del cliente que valore el servicio el servicio telefónico o chat del Contact Center, y una pregunta relacionada con la consulta de la llamada/cliente.

## 2.8 Campañas de Emisión de Llamadas:

A petición del Departamento Comercial de Cetursa o de cualquier otro Departamento de Cetursa, el Contact Center / Call Center gestionará periódicamente campañas de emisión de llamadas con distintos fines. Los más comunes son:

- Destinadas a posibles profesionales (agencias, empresas, colectivos, etc.), con el fin de informar sobre las ofertas y/u operativa de posibles lanzamientos promocionales y operativa en general de la explotación invierno / verano en Sierra Nevada.
- Destinadas a clientes directos y potenciales de Sierra Nevada, con el fin de informar, solucionar incidencias y/o gestionar algún proceso relacionado con la Campaña de emisión.
- Cualquier tipo de campañas como actualizaciones/correcciones de bases de datos, confirmación de determinada información, información de venta anticipada, postventa a clientes o profesionales.

Para estas campañas Cetursa Sierra Nevada SA define los argumentarios para cada una de las campañas de emisión de llamadas/salientes. Estas campañas son muy variables en función de las necesidades internas, y según la operatividad de la explotación bien invierno o verano.

La estimación anticipada es la siguiente:

## 3. HORARIOS DE SERVICIO Y CAMPAÑAS / OPERATIVA SERVICIO CALL

Aplicaciones a las Campañas: Nacional e Internacional (Idioma: Español e Inglés)

Concertar visitas comerciales, seguimiento de mailing, presentar acciones comerciales, preventa/postventa y operativa/venta nuevos productos a profesionales y clientes/usuarios.

CAMPAÑAS y OPERATIVA CALL CENTER: LLAMADAS SALIENTES/ENTRANTES			Duración	ESTIMACIÓN ANTICIPADA				DATOS 2023
MESES	OPERATIVA LLAMADAS Y/O CAMPAÑAS	RECURSOS	Llamadas y/o Campañas específicas	TOTAL LLAMADAS (previsión)	HORAS PREVISTAS/día	TOTAL DÍAS	PERSONAL PREVISTO	LEADS GESTIONADOS (red.)
SEPTIEMBRE	<b>Campaña: 1er. Tramo COMPRA ANTICIPADA</b>	BBDD clientes	Llamadas salientes: <b>5 días septiembre</b> - 1er. tramo Vta Anticipada - Reforzar.	900	5	5	2	2000
	1.- Información, novedades pretemporada y Venta Anticipada: Clientes y Profesionales Alta online	Usuarios y Clientes potenciales						
Llamadas entrantes: Seguimiento tareas o/y operativa Call Center con clientes				1100	7	21	4	
OCTUBRE	<b>Campaña: 2º Tramo - COMPRA ANTICIPADA</b>	BBDD clientes	Llamadas salientes: <b>5 días de octubre</b> - final Vta Anticipada	900	3	5	2	1500
	1.- Información pretemporada y Venta Anticipada: Clientes y Profesionales Alta online	Usuarios y Clientes potenciales						
Llamadas entrantes: Seguimiento tareas o/y operativa Call Center con clientes				600	7	23	4	
NOVIEMBRE	<b>Campaña: COMPRA ANTICIPADA</b>	BBDD clientes	Llamadas salientes: <b>8 días de noviembre</b> - final tramo Vta Anticipada	500	3	4	2	2000
	1.- Incidencias pretemporada y Venta Anticipada: Clientes y Profesionales Alta online	Usuarios y Clientes potenciales						
	<b>Campaña: Promociones y Profesionales.</b>	BBDD profesionales / clientes	Llamadas salientes: <b>1 semana noviembre</b>	500	3	5	2	
	1.- Información convocatorias y citas <b>promociones-acciones comerciales</b> (Oct.Nov.Dic.)							
	<b>2.- Campaña SUBIDÓN y formación e información a PROFESIONALES</b> , agencias, colectivos-clubes-federaciones-organismos operativa y compra x NEO	BBDD profesionales / empresas	Llamadas salientes: <b>2 semanas noviembre</b>	800	2	8	2	
Llamadas entrantes: Seguimiento tareas o/y operativa Call Center con clientes				2000	7	24	6	
DICIEMBRE	Llamadas entrantes: Seguimiento tareas o/y operativa Call Center con clientes			8000	10	31	10	6000
ENERO	Llamadas entrantes: Seguimiento tareas o/y operativa Call Center con clientes			15000	10	30	10	14000
FEBRERO	Llamadas entrantes: Seguimiento tareas o/y operativa Call Center con clientes			15000	10	28/29	10	15000
MARZO	Llamadas entrantes: Seguimiento tareas o/y operativa Call Center con clientes			10200	10	31	8	9300
ABRIL	<b>Campaña: Refuerzo Fin temporada e incidencias</b>	BBDD clientes	Llamadas salientes: <b>5 días abril</b>	500	3	5	2	1500
	1.- Información Final temporada, y posibles incidencias o devoluciones. Clientes y Profesionales Alta online	Usuarios y Clientes potenciales						
Llamadas entrantes: Seguimiento tareas o/y operativa Call Center con clientes				1000	10		4	
MAYO	<b>Campaña: Información y venta producto VERANO</b>	BBDD clientes	Llamadas salientes: <b>5 días mayo</b>	500	3	5	2	200
	1.- Información pretemporada y Venta Anticipada: Clientes y Profesionales Alta online	Usuarios y Clientes potenciales						
Llamadas entrantes: Seguimiento tareas o/y operativa Call Center con clientes				300	7	22	2	
JUNIO	Llamadas entrantes: Seguimiento tareas o/y operativa Call Center con clientes			500	7	21	2	200
JULIO	<b>EXPLOTACIÓN VERANO</b>			900	6	25	4	500
AGOSTO	L-S: 9:00 h a 15:00 h (según calendario)		Llamadas entrantes: seguimiento tareas y operativa call center	2000	6	24	4	1000

Cetursa indicará al adjudicatario, con la antelación de 20 días antes, los festivos nacionales en que se deberá prestar servicio, así como el horario según explotación invierno y/o verano abierto al cliente si se modifica para adaptarlo al cliente y/o usuario. Los festivos nacionales y locales corresponderán a cada mes y el horario, que se detalla abajo en el cuadro, horario estimado personal. El servicio de IVR (respuesta de voz interactiva) será 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año, para la atención al cliente de Sierra Nevada, sobre todo fuera de horario y días no laborables. Fuera de horario el cliente podrá dejar un mensaje y datos, para que se le devuelva la llamada lo antes posible.

### PLANIFICACIÓN HORARIO ASISTENCIA SERVICIO CALL CENTER

	MESES**	DÍAS*	HORARIO**
Pretemporada	SEPTIEMBRE	lunes a viernes laborables	8:00 h a 15:00 h
	OCTUBRE	lunes a viernes laborables	8:00 h a 15:00 h
Explotación <b>INVIERNO**</b>	NOVIEMBRE**	lunes a sábado*	8:00 h a 15:00 h**
	DICIEMBRE	lunes a domingo*	8:00 h a 18:00 h
	ENERO	lunes a domingo*	8:00 h a 18:00 h
	FEBRERO	lunes a domingo*	8:00 h a 18:00 h
	MARZO	lunes a domingo*	8:00 h a 18:00 h
	ABRIL**	lunes a domingo*	8:00 h a 18:00 h**
Pretemporada	MAYO	lunes a viernes laborables	8:00 h a 15:00 h
	JUNIO	lunes a viernes laborables	8:00 h a 15:00 h
Explotación <b>VERANO***</b>	JULIO***	lunes a viernes* →	8:00 h a 18:00 h
		sábado y domingo* →	8:00 h a 15:00 h
	AGOSTO***	lunes a viernes* →	8:00 h a 18:00 h
		sábado y domingo* →	8:00 h a 15:00 h

\* Incluidos festivos horario según marque

\*\* **INVIERNO:** Si la apertura de explotación invierno es el último o penúltimo

fin de semana de Noviembre, se comenzará la atención telefónica

el horario de lunes a domingo de 8:00 h a 18:00 h.

\*\*\***VERANO:** Según fecha explotación de apertura y cierre, según las fechas de confirmación.

Dentro de explotación verano. Fuera fechas explotación verano, cierre

Fuera fechas explotación verano, cierrese realizara horario de lunes a viernes de 8:00h a 15:00h.

#### **4. RECURSOS HUMANOS y MEDIOS TÉCNICOS**

El adjudicatario deberá contar, para el cumplimiento del objeto del presente contrato, con un equipo mínimo de trabajo (personal cualificado) para el correcto desarrollo de las distintas tareas antes mencionadas. Asimismo, el adjudicatario deberá contar con la infraestructura necesaria, disponiendo de los medios materiales (ordenador, impresora, audios y aparato telefónico), organizativos, técnicos y personales propios precisos, de modo que la ejecución de los servicios objeto del contrato se alcance con unos estándares/niveles e indicadores óptimos cualitativos y cuantitativos, según se detallan en el punto 7.

Para el adecuado desarrollo del servicio, el adjudicatario utilizará los teleoperadores/as, coordinadores y mandos que sean precisos en función de las cargas de trabajo existentes en cada momento, al objeto de obtener los parámetros de calidad establecidos por Cetursa. El número de personas y el número de horas en que se prestará el servicio vendrán determinados por el adjudicatario en función del volumen de trabajo existente en cada momento, así como las contrataciones requeridas. El adjudicatario deberá informar cada quince días y al finalizar el mes con la determinación de funciones del servicio, de estas circunstancias a Cetursa, quien determinará si los requerimientos se ajustan al óptimo desempeño del servicio contratado, devolviendo este informe firmado por parte de Cetursa con el visto bueno que todos los requerimientos son óptimos.

Cetursa no quedará obligada en ningún caso a mantener el volumen de contrataciones indicado a título meramente orientativo, reservándose el derecho a modificarlo en función de las necesidades del servicio contratado.

Se adjunta, y siempre con carácter estimativo, a los efectos de orientación de las empresas ofertantes, y reiterando que no supondrá compromiso alguno de estricto cumplimiento por parte de Cetursa, el número de horas de servicio estimadas, así como una previsión de personal.

Cetursa podrá solicitar un servicio formado por teleoperadores con perfil comercial y una correcta formación, destinado a la comercialización de los productos de Cetursa.

Como se mencionó anteriormente, en gran parte de los servicios generados por la actividad de la estación, se pueden dar imprevistos, que requieren de capacidad de adaptación a las situaciones cambiantes. El adjudicatario, por tanto, deberá prever esta circunstancia, dado que se podrán modificar al alza o a la baja (calculándose porcentualmente), tanto el número de puestos como los horarios inicialmente previstos. Cetursa abonará al adjudicatario las horas de servicio efectivamente realizadas, conforme a las previsiones realizadas y a las necesidades finales del servicio. Se contabilizarán por años naturales.

##### **4.1- Perfiles**

###### **4.1.1. -Teleoperadores/as.**

###### **Número:**

El adjudicatario definirá el número de teleoperadores necesarios (siguiendo la propuesta del documento adjunto – página 5) para el cumplimiento de los acuerdos de servicio en los parámetros de calidad indicados por Cetursa, que será debidamente informada de dicho dimensionamiento por parte del adjudicatario y deberá dar su aprobación Cetursa,

al resultado del mismo. Los teleoperadores pertenecerán siempre a la plantilla del adjudicatario.

**Perfil:** Para la acreditación de los perfiles de los teleoperadores/as:

- Conocimiento probado, de al menos 2 años de gestión de información (servicios call center) relacionado con algún destino de deportes de invierno y/o verano, en servicios turísticos de esquí y montaña.
- Conocimientos de informática e Internet a nivel usuario.
- Conocimientos previos en el manejo de herramientas propias de su puesto de trabajo.
- Capacidad de aprendizaje.
- Titulación mínima de Bachillerato o equivalente y/o Turismo e información al cliente
- Titulación y/o Curso en habilidades de comunicación.
- Certificación B2 del idioma inglés británico (Reino Unido).

#### 4.1.2. – Coordinador/a:

**Número:**

El adjudicatario asignará una (1) persona como coordinador para realizar las funciones de coordinar, asesorar y guiar al personal/Teleoperador del Call Center. Debe gestionar, el control del dimensionamiento del Contact Center, del absentismo de los agentes y el equilibrio de la carga de trabajo. Asistirá y entrenará al equipo de Teleoperadores en la atención del servicio, atendándose rigurosamente a los parámetros de calidad establecidos por Cetursa.

Con experiencia contrastada (acreditado y documentado en Curriculum Vitae) en gestión de equipos y experiencia comercial, propondrá mejoras constantes en las técnicas de venta y en la argumentación comercial.

**Perfil:** Además de todo el perfil en experiencia y acreditativo como Teleoperador/a anteriormente citado:

- Experiencia de, al menos, dos (2) años en servicios de atención/información, con experiencia comercial y en gestión de equipos contrastada.
- Conocimiento probado en llamadas de emisión y receptivas relacionadas con turismo de esquí y montaña.

#### 4.1.3. - responsable del Servicio/Supervisor: (motivar y mejorar el rendimiento del personal): Teleoperadores/as y Coordinador/a:

**Número:**

El adjudicatario designará a una (1) persona que pertenecerá a su plantilla y que actuará ante Cetursa como responsable del seguimiento del servicio e interlocutor válido para cualquier cuestión relacionada con los servicios encomendados, y que deberá estar localizable dentro del horario de atención de los agentes. Dicha persona recibirá de Cetursa, con la suficiente antelación, las necesidades requeridas para cada gestión, y será el responsable de asegurar la presencia de recursos adecuados a tales necesidades específicas. Para cualquier incidencia relacionada con cualquier aspecto

de este servicio, Cetursa se pondrá en contacto directo y únicamente con este responsable del servicio, asignado por la empresa adjudicataria.

### **Perfil:**

Persona con experiencia mínima de 2 años, en análisis, supervisión, comercialización y gestión de servicios de atención telefónica. Aportará medidas correctoras a las carencias detectadas, proponiendo acciones disciplinarias para garantizar el buen funcionamiento de su servicio y estableciendo medidas para mejorar la motivación de los trabajadores en el desempeño de sus funciones.

Estarán dentro de sus responsabilidades analizar los indicadores de atención telefónica, planificar y definir la estrategia de ventas, realizar escuchas y monitoreos, realizar la planificación a su equipo de trabajo, elaborar reportes e informes de gestión, entre otras. Deberá disponer de las herramientas de control y gestión (mínimo Excel y Word) necesarias para poder obtener de manera rápida las estadísticas propias del seguimiento del servicio a diario.

## **4.2- Obligaciones del personal**

El adjudicatario planificará, organizará, dirigirá, supervisará y responderá de los actos de su personal, con especial incidencia en los siguientes apartados:

El personal del adjudicatario que realice la prestación contratada estará obligado a realizar su función con la debida diligencia y eficacia, siendo el adjudicatario, responsable de la conducta de su personal y de las incidencias y/reclamaciones que ocasionen por la falta o mal uso del servicio al cliente, así como del material y sistemas de uso para la práctica del trabajo asignado a su cargo.

## **4.3- Cambios del personal del adjudicatario**

El cambio de alguna de las personas a cargo del adjudicatario que realizan las tareas objeto del contrato ha de ser tenido en cuenta como una posibilidad más ante el incumplimiento puntual o habitual del servicio contratado. Esta consecuencia ha de ser prevista por el adjudicatario en algún caso concreto de falta de plena adaptación conforme a los estándares de calidad exigidos para un óptimo desarrollo y ejecución del servicio contratado.

Será responsabilidad del adjudicatario solventar los problemas que puedan surgir referentes a retrasos, ausencias, sustituciones, mal uso del sistema u objetivos del contrato, enfermedad o cualquier otro tipo de motivo.

Los cambios del personal del adjudicatario deberán solventarse en un plazo máximo de 48 horas, comunicándolo previamente a Cetursa, quien deberá mostrar su conformidad con la sustitución o cambio del personal del Call Center. El nuevo perfil deberá contar con las mismas características que el sustituido.

## **4.4- Formación Específica**

CETURSA deberá informar al adjudicatario del contenido de la formación específica que desea que los teleoperadores, gestores de ventas, coordinadores y supervisores faciliten a los clientes.

Los conceptos básicos de esta formación serán:

- Introducción a la empresa
- Fundamentos del negocio de Cetursa Sierra Nevada SA
- Productos y Servicios de Sierra Nevada
- Sistemas Informáticos, CRM, etc., a utilizar
- Procedimientos y políticas de atención y venta del producto.

Como opción principal, se llevará a cabo un proceso de formación al personal, (impartido por el personal del Dpto Comercial y Ventas, de Cetursa Sierra Nevada SA), de la empresa adjudicataria en Pradollano (Sierra Nevada) en las oficinas de Cetursa, durante un período de 10 días (de lunes a viernes, en horario de 9:00 a 14:00 h.) en las fechas entre el 15 al 30 de septiembre. Todos los gastos que conlleve traslado, manutención, alojamiento, etc., para la formación en Sierra Nevada, correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

Podría haber una segunda opción de formación telemática. Si las condiciones así lo exigen, debido a los posibles problemas derivados que de la pandemia que pudieran suscitarse.

#### **4.5- Formación de Reciclaje**

El adjudicatario se compromete a coordinar las tareas de actualización de conocimientos para las personas asignadas a la prestación del servicio, de acuerdo con un proceso de formación continua.

Cetursa podrá solicitar al adjudicatario que lleve a cabo esta labor siempre que lo considere oportuno, regulando los contenidos de comunicación y producto.

#### **4.6- Control y Supervisión por Cetursa Sierra Nevada SA**

Cetursa dispondrá que personal de su plantilla pueda estar presente diariamente en el centro de operaciones actuando como interlocutores operativos de Cetursa con los responsables del adjudicatario.

El adjudicatario deberá disponer de los medios técnicos y físicos (ordenador completo y mobiliario de oficina) necesarios para que el personal de Cetursa responsable del servicio pueda ejercer en sus instalaciones las labores de supervisión, así como las herramientas adecuadas para ejercer la actividad de seguimiento y control en tiempo real de los aspectos operativos del servicio y sus resultados, y verificación de una correcta prestación del mismo, disponiendo de los medios necesarios para guardar y explotar los datos históricos del servicio.

Se pondrán en marcha principalmente semanal (se debe acordar un día a la semana, lunes o martes) y mensualmente (durante la 2ª quincena de mes, entre los días 20 o 25 de cada mes) reuniones de seguimiento entre Cetursa y el adjudicatario, con el objetivo de tratar todos los aspectos operativos y estratégicos del servicio (análisis de los indicadores de calidad y productividad definidos con el fin de detectar las desviaciones y establecer acciones de mejora)

Del mismo modo, el adjudicatario deberá facilitar las escuchas al responsable de Cetursa para contrastar la calidad de la atención prestada por los distintos teleoperadores o

gestores de venta. Así pues, es necesario que todas las interacciones del servicio sean grabadas y con el fin de poder realizar en cualquier momento el correspondiente control de calidad.

El adjudicatario deberá permitir la entrada y salida de personal de Cetursa que así lo requiera durante el horario de atención para supervisar la prestación del servicio. El acceso es del personal de Cetursa, Dpto Comercial y/o Ventas, que será asignado para las visitas de supervisión y coordinación, que la atención al cliente y las llamadas se estén realizando correctamente. Información controlada.

Todos los gastos que conlleve traslado, manutención, alojamiento, etc., (dichos gastos entre los 100 a 150 euros diarios) en general todo los que generen el traslado del personal de Cetursa, para el reciclaje, supervisión semanal / mensual del personal que se traslade de la empresa Cetursa, correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

## **5. SEGUIMIENTO DEL SERVICIO, NIVELES Y PENALIZACIONES:**

### **5.1.- SEGUIMIENTO DEL SERVICIO: INFORMES**

El adjudicatario, a través del responsable de Servicio que asigne, asumirá el compromiso de informar detallada y permanentemente al responsable del Servicio designado por Cetursa sobre todos los parámetros de análisis cuantitativo y cualitativo del Servicio. La tipología de los informes será especificada por Cetursa con objeto de ejercer los controles del servicio que estime oportunos en cada momento. Asimismo, el adjudicatario deberá proporcionar acceso directo, a estos efectos, a sus sistemas de gestión operativa correspondientes a Cetursa, para poder recabar dicha información de manera online. Los informes deben presentarse quincenalmente.

Respecto a los informes para el seguimiento del cumplimiento de los niveles de calidad establecidos, el adjudicatario, deberá entregar como mínimo:

#### 5.1.1.- Informes de productividad del servicio

El proveedor deberá enviar a Cetursa Sierra Nevada SA información diaria, consolidada semanal y mensual contenida en los informes relacionados en este apartado.

La información general indicada a continuación para cada tipo de informe deberá presentarse con el siguiente nivel de detalle:

#### A) Informe de actividad y niveles de servicio

- Total, llamadas atendidas por franjas horarias
- Total, emails gestionados por franjas horarias
- Número de llamadas recibidas, atendidas, abandonadas y llamadas abandonadas en más de 20 segundos por franjas horarias
- Porcentaje de llamadas atendidas, abandonadas, llamadas abandonadas tras 20 segundos y llamadas abandonadas tras 10 segundos por franjas horarias
- Tiempo medio de respuesta, conversación, de abandono por franjas horarias
- Horas de agente logado por franjas horarias
- Desenlace de la llamada (cerrada por el call center, llamada transferida...) por franjas horarias

- Tiempos medios de gestión por campaña: tanto por tipología, como por canal. Así como por franja horaria y global del día.
  
- B) Informe de Tipología de las Llamadas, por tipo de clientes, productos, etc.
- C) Cuadro de mando a nivel mensual, un análisis completo sobre todas las campañas realizadas
- D) Informe de Venta de productos diario.
- E) Informe de Calidad en la Atención
  - % de cumplimiento de Trato de llamada al cliente (excelencia telefónica)
  - % de cumplimiento de Utilización de los medios de identificación de cliente
  - % de cumplimiento de Aplicación de los procedimientos definidos
  - % de cumplimiento de Actualización de BBDD y ficha cliente
  - Conocimiento del producto
  - Procedimiento de la llamada
  - Tiempo de descanso
  - Desempeño del agente
  - Incidencias del servicio
  - Otros comentarios de mejora con el sistema, cliente, venta, productos....
- F) Informe de encuestas de Satisfacción al Cliente  
Índice de satisfacción medido para cada uno de los siguientes apartados:
  - Trato percibido por el cliente
  - Calidad de la solución ofrecida percibida por el cliente
  - Valoración de la duración de la llamada percibida por el cliente
  - Aspectos de mejora percibidos por el cliente
  - Percepción general de la atención recibida por el cliente

## 5.2.- NIVELES OPTIMOS SOLICITADOS DEL SERVICIO:

Para un nivel óptimo solicitado del servicio, será de especial atención y solicitud de cumplimiento las siguientes métricas:

- Satisfacción del cliente: Este es uno de los indicadores más relevante, luego el nivel de satisfacción debe estar lo más próximo al 90%, como resultado de todas las respuestas obtenidas, en la pequeña encuesta que se debe hacer al finalizar cada una de las llamadas.
- Resolución en la primera llamada (RPL): para ser líder en la gestión del personal, la fuerza de trabajo debería alcanzar un nivel entre el 70% y 75% de los problemas debe resolverse en la primera llamada, obteniendo así una productividad en el Call Center,
- Nivel de servicio (porcentaje de llamadas que fueron atendidas por el agente/Teleoperador/a antes del tiempo límite estipulado): alcanzar un 80% de nivel de servicio, dentro de los primeros 20 segundos.
- Disponibilidad para llamadas: Frecuencia con la que los agentes están disponibles (lo más alta posible) para la atención de la llamada.
- Calidad de la interacción/contacto: este control de calidad será analizado en las grabaciones de llamadas aleatorias, evaluando al agente con la nota máxima: la cortesía, la profesionalidad, la precisión de su información y la eficacia con la que captura los datos

del cliente para responder. El nivel de porcentaje debería rozar el 95% / 100% del análisis. Se evaluarán de 2 a 4 llamadas por semana.

- Tasa de abandono: aquí influye bastante los tiempos de espera del cliente, determinando también si los sistemas de operación están desactualizados. Esta tasa no debería ser superior al 5% de las llamadas canceladas o terminadas antes de la resolución.
- Tiempo de asistencia promedio (TMO): el tiempo para la resolución/respuesta ha de ser entre 3,5 a 4 minutos, siendo lo óptimo 3 minutos.

## 6. PLAN DE PUESTA EN MARCHA

Una vez formalizado el contrato, el adjudicatario dispondrá de un plazo cerrado de 15 días para efectuar la totalidad de las adecuaciones necesarias en sus sistemas e infraestructuras, además de todos los procesos de selección y formación del personal para poder prestar el servicio desde sus instalaciones.

A continuación, presentamos los principales procesos que debe contener el Plan de puesta en marcha del servicio, así como las reuniones de seguimiento estimadas.

- ✓ Telecomunicaciones y sistemas
- ✓ Desarrollo Gestor de Contactos
- ✓ Procesos de seguimiento del servicio
- ✓ Prueba del servicio en nuevas instalaciones
- ✓ Creación del equipo de trabajo Call Center.

La empresa adjudicataria deberá presentar el **Plan de puesta en marcha del servicio detallado – VALIDACIÓN TÉCNICA (Indíquese: FORMULARIO 1)**, especificando los procesos, tareas, hitos de seguimiento, y equipos implicados por parte de la empresa ofertante.

## 7. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

### 7.1.- PUESTOS DE AGENTE:

A continuación, se describen las consideraciones técnicas que deben cumplir los puestos de trabajo de cada agente/Teleoperador-a, para un correcto funcionamiento, así como las condiciones de seguridad necesarias.

- » Los puestos de agente deben ser actuales y contar con unas características mínimas generales, pantalla de 17', cpu con núcleos de 3.2 Ghz., con más de 8Gb de RAM, Sistema Operativo Windows 10 o superior, que permitan desarrollar el servicio con eficacia. El adjudicatario queda obligado a la actualización de las prestaciones técnicas de los equipos para garantizar la gestión operativa del servicio a lo largo de todo el desarrollo del contrato.
- » El adjudicatario se compromete a proporcionar una plataforma tecnológica (puesto de agente) que soporte los sistemas y herramientas necesarios para la prestación del servicio.
- » El adjudicatario se comprometerá a mantener los puestos de agente actualizados, mantenidos y seguros con antivirus, parches de seguridad, etc.
- » El adjudicatario se compromete a que, el puesto de trabajo de cada agente sea lo más silencioso posible, sin ruidos de fondo, que interrumpan (se escuchen

otros ruidos de fondo, mientras se está manteniendo la conversación entre el trabajador y el cliente) el buen servicio del agente/Teleoperador al cliente.

La empresa adjudicataria deberá aportar la información de este apartado conforme a una **CHECK LIST – VALIDACIÓN TÉCNICA Mínima – (Indíquese: FORMULARIO 2-Especificaciones técnicas-Puestos de Agente)**

### 7.2.- CONECTIVIDAD ENTRE Cetursa y el adjudicatario.

A continuación, se describe el modelo de conectividad a establecer entre el adjudicatario de Cetursa necesario para la prestación del servicio, así como las características técnicas requeridas para dicha conectividad.

- IP fija y acceso a internet de banda ancha.
- El adjudicatario proveerá dos líneas independientes de proveedores diferentes. Ambas líneas deben ser simétricas y garantizar cada una de ellas un ancho de banda de, al menos, 50 Mbps.
- El adjudicatario deberá disponer un Plan de Contingencia para las comunicaciones. Deberá proveer los mecanismos de contingencia necesarios en los sistemas para evitar que se produzca una falta de disponibilidad del servicio mayor y/o superior a lo indicado en el cuadro de ANS (definir el ANS), para ello es necesario que el adjudicatario defina los parámetros de satisfacción y disponibilidad. Estos mecanismos de contingencia deben estar consensuados con Cetursa y sin que haya vulnerabilidades en la seguridad de las comunicaciones. El plan de contingencia deberá ponerse en marcha al mismo tiempo que la implementación de las líneas principales por si hubiese retrasos en la entrega de estas.
- El ancho de banda del canal de voz debe garantizar la calidad adecuada para el cumplimiento del servicio, como mínimo 5Mbps.
- Durante el periodo de puesta en marcha de la plataforma, el dimensionamiento del ancho de banda de estas comunicaciones podría variar en función de las necesidades del Gestor de Contactos proporcionada por el adjudicatario.
- Durante la vigencia del contrato y por necesidades técnicas o del negocio, el dimensionamiento en conectividad y ancho de banda podría variar, por lo tanto, la línea ofertada por el adjudicatario deberá ser escalable sobre estos aspectos para adaptarse a dichas necesidades.
- El adjudicatario no podrá abordar ningún cambio ni modificación en las comunicaciones sin el acuerdo ni consentimiento de Cetursa.
- El adjudicatario deberá poseer capacidad de monitorizar el consumo de canales de voz y datos destinados al servicio para poder ofrecer estadísticas de uso y facilitarlas a Cetursa en caso de ser requeridas.
- El adjudicatario deberá incluir toda la información relativa que plantee para la conectividad y para el Plan de Contingencia.
- El adjudicatario pondrá a disposición de Cetursa los técnicos de soporte necesarios para mantenimiento de la plataforma tanto durante la implantación como durante la prestación del servicio.

- Cualquier actuación sobre la plataforma tecnológica que implique pérdida de servicio, deberá ser realizada fuera del horario de trabajo para que éste no se vea afectado.

La empresa adjudicataria deberá aportar la información de este apartado en una: **CHECK LIST – VALIDACIÓN TÉCNICA Mínima – (Indíquese: FORMULARIO 3)**

### 7.3- ESPECIFICACIONES DE INFRAESTRUCTURA TELEFÓNICA Y TELEFONÍA.

- » El ofertante especificará las características técnicas de la PBX utilizada, marca y modelo.
- » Líneas digitales para recepción/emisión de llamadas (PRI)
- » Números RTB como cabeceras de Red Inteligente para diferentes líneas de acceso.
- » Teléfonos digitales de agente con pantalla y/o softphone de agente integrado con PC, de forma que los operadores puedan conocer el DNIS al que ha marcado el cliente, y los niveles inferiores de los menús de marcación.
- » Headset (auricular con incorporación de micrófono externo)

La empresa adjudicataria deberá aportar la información de este apartado en una: **CHECK LIST – VALIDACIÓN TÉCNICA Mínima – (Indíquese: FORMULARIO 4)**

### 7.4- ESPECIFICACIONES DE ACD:

- » El ofertante especificará la marca y modelo del ACD utilizado y las funcionalidades de este. Las funcionalidades mínimas que debe cubrir el ACD deben ser:
  - Logado de agentes con diversos estados y con posibilidad de formar parte de diversos grupos.
  - Menús por marcación de tonos (DTMF) con funcionalidad “Cut-Through” de interrupción de menú antes de su finalización.
  - Capacidad para definir diferentes perfiles o grupos para los operadores.
  - Posibilidad de definir reglas básicas de enrutamiento basadas en el número llamante (DNIS), grupo/perfil de los operadores y tiempos de espera.
  - Activación de buzones de mensajes de fuera de horario, para su atención inmediata al comienzo de la jornada laboral.
  - Gestión de colas dinámicas en función de la disponibilidad de los agentes.
  - Prioridad de enrutamiento por grupo/perfil y tiempo.
  - Información al agente del grupo origen de la llamada.
  - Herramientas de supervisión con interfaz gráfico.
  - Supervisión e informes estadísticos:
    - ❖ Herramientas de Monitorización on line de datos, Monitorización on line de llamadas, escuchas on line.
    - ❖ Información de llamadas recibidas, abandonadas, desbordadas y atendidas por cola.
    - ❖ Llamadas recibidas por número o grupo de procedencia.

- ❖ Información de llamadas atendidas, abandonadas y transferidas por Agente, grupo de Agentes, Puestos de Trabajo, Colas de ACD.
- ❖ Datos acumulados con vistas diarias, semanales, mensuales y anuales.
- ❖ Vistas diarias desglosadas en franjas horarias.
- ❖ Tiempos medios de espera en colas, tiempos medios de atención de llamada por agente y grupo.
- ❖ Llamadas transferidas a numeración de Cetursa Sierra Nevada SA.
- ❖ Especificar si se pueden crear informes personalizados.
- ❖ Dashboard de visualización de agentes a tiempo real.
- ❖ El estado (ocupación) de cada grupo de agentes en tiempo real.
- ❖ Estadísticas horarias de cada agente.
- Gestión de Esperas:
  - ❖ Permitirá configurar diversos mensajes de espera según el tiempo de acceso.
  - ❖ Permitirá mensajes de bienvenida y de recuerdo.

La empresa adjudicataria deberá aportar la información de este apartado en una: **CHECK LIST – VALIDACIÓN TÉCNICA Mínima – (Indíquese: FORMULARIO 5)**

#### 7.5- ESPECIFICACIONES CTI:

- El adjudicatario deberá poseer un sistema CTI para poder integrar con la herramienta software de Gestión de Contactos (por ejemplo para la realización de campañas salientes).
- El adjudicatario incluirá documentación de las características técnicas de su equipamiento CTI y las posibilidades de integración con los sistemas CRM avanzados existentes en el mercado.

La empresa adjudicataria deberá aportar la información de este apartado en una: **CHECK LIST – VALIDACIÓN TÉCNICA Mínima – (Indíquese: FORMULARIO 6)**

#### 7.6- ESPECIFICACIONES DE HERRAMIENTA DE GESTIÓN DE CONTACTOS:

- El adjudicatario debe poseer una herramienta que pueda cubrir las funcionalidades descritas en el punto 3 – Descripción operativa y funcional del servicio.
- El adjudicatario facilitará a petición de Cetursa y cuando las circunstancias lo requieran, ficheros estructurados en determinados formatos, consensuados con Cetursa, de la información de Cetursa incluida en las BBDD del adjudicatario.
- El adjudicatario debe desarrollar las adaptaciones adecuadas a las necesidades de Cetursa y mantener la herramienta con dichas adaptaciones. Estas adaptaciones serán fundamentalmente de adecuación del modelo de datos de la herramienta de software de gestión de contactos a los requerimientos funcionales de Cetursa la capacidad de parametrizar las búsquedas de clientes, así como de los campos informativos asociados con los contactos y de generar flujos de trabajo, en función de los distintos perfiles de usuario definidos y el tipo de gestión que tenga pendiente el contacto para su resolución.

- La herramienta ofrecida puede ser un desarrollo propio del licitante, o disponer de licencia de alguna de las siguientes 6 marcas de referencia del mercado:
  - ✓ Altitude
  - ✓ Presence
  - ✓ Inconcert
  - ✓ Hermes
  - ✓ Infinity
  - ✓ Aibe
- El software elegido por el proveedor tendrá que desarrollar las siguientes funcionalidades:
  - » Soportar de manera integrada todos los canales descritos en la funcionalidad: llamadas entrantes, llamadas salientes, gestión de emails, click to call y chatbot.
  - » Tener posibilidad de emisión en preview, Progresivo y Predictivo.
  - » Posibilidad de Blending en Inbound y Outbound.
  - » Confirmar el sistema de grabaciones y búsqueda y recuperación del mismo.
  - » Disponer de una herramienta de Scripting para poder desarrollar argumentarios a medida.
  - » Disponer de Módulo de informes Ad hoc

La empresa adjudicataria deberá anexar la documentación técnica y funcional referente a la herramienta en una: **CHECK LIST de VALIDACION TECNICA Mínima. (Indíquese: FORMULARIO 7)** Así mismo, se compromete a enviar todas las aclaraciones sobre las mismas y detalladas.

#### 7.7- PLANES DE CONTINGENCIA:

Con objeto de garantizar el funcionamiento del servicio, el proveedor debe disponer al menos de los siguientes planes de contingencia.

##### *7.7.1- Emergencias telefónicas: Fallos en la recepción de llamadas.*

1. El ofertante deberá contar con un ACD de backup donde se definan enrutamientos para el caso de fallo del ACD principal.
2. El ofertante deberá tener desarrollado e implementado en sus Sistemas, un Plan de Abonado de Emergencia con Red Inteligente para el caso de caída de los enlaces de voz, en que se habilitaría el mismo, permitiendo el trasvase de llamadas del número de Cetursa Sierra Nevada SA a un ACD alternativo del ofertante que garantice la continuidad de la atención a los clientes en un plazo mínimo. El alcance y compromisos de este plan será consensuado entre Cetursa y el adjudicatario del servicio al inicio del contrato.

##### *7.7.2- Incidencias informáticas.*

1. El adjudicatario se compromete a una definición de procedimientos operativos para garantizar una rápida gestión de averías informáticas. Asimismo, se compromete a una definición de procedimientos operativos con el operador de telefonía que preste el servicio al

adjudicatario y con el proveedor de las líneas de comunicaciones necesarias entre el adjudicatario y Cetursa.

**7.7.3- Fallos Eléctricos.**

1. El adjudicatario ha de garantizar la continuidad eléctrica en sus instalaciones mediante los mecanismos necesarios para cumplir con los ANS establecidos para la prestación del servicio.

La empresa adjudicataria deberá aportar la información de este apartado conforme a una **CHECK LIST – VALIDACIÓN TÉCNICA Mínima – (Indíquese: FORMULARIO 8)**

Jesús Ibáñez Peña  
Consejero delegado

Yolanda Sevilla Vedia  
Jefa del departamento comercial