

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES
TÉCNICAS PARA LA
CONTRATACIÓN DE LOS
SERVICIOS DE
“IMPLEMENTACIÓN DE UNA
PROPUESTA INTEGRAL
OMNICANAL BASADA EN IA DE
ATENCIÓN Y SERVICIOS AL
CLIENTE DE CETURSA SIERRA
NEVADA S.A,” MEDIANTE
PROCEDIMIENTO ABIERTO**

Expediente: CE181960076/25



1. NECESIDADES Y FINES DEL PRESENTE CONTRATO

Encontrado dentro de la estrategia corporativa de CETURSA Sierra Nevada, S.A., orientada a consolidar el crecimiento tecnológico de la compañía e impulsar nuevas líneas de negocio generadoras de valor, la Dirección de Innovación, Sostenibilidad y Experiencia de Cliente (en adelante, DISEC) asume la responsabilidad de liderar proyectos estratégicos transversales que refuercen la competitividad y sostenibilidad del modelo de gestión de la estación.

Entre sus principales ejes de actuación se encuentran la innovación, la transformación digital, la búsqueda de la excelencia en la experiencia del cliente y la integración de criterios de sostenibilidad en todos los procesos. Alcanzar estos objetivos requiere, además del diseño de la estrategia correspondiente, la implementación y gestión operativa de un plan de acción y pilotos estratégicos que permitan avanzar de manera ordenada en dichas líneas.

En este contexto, DISEC ha identificado la necesidad de dotar a CETURSA de una plataforma única y omnicanal de atención al cliente, capaz de integrar todos los canales de comunicación —teléfono, correo electrónico, WhatsApp, chat en vivo, videollamada, bots y redes sociales, entre otros— bajo un sistema centralizado que garantice una interacción coherente y continua con cada cliente, independientemente del medio utilizado.

Esta herramienta permitirá ofrecer una experiencia de cliente unificada, fluida y personalizada, mejorando significativamente la eficiencia interna, la trazabilidad de las comunicaciones y la percepción del servicio, y constituyendo un pilar clave en la transformación digital y relacional de la compañía.

En la actualidad, CETURSA Sierra Nevada, S.A. dispone de diversos servicios de atención y comunicación con el cliente (Call Center) que operan de forma independiente y con el apoyo de distintas herramientas y proveedores externos. Entre ellos destacan los siguientes:

- Call Center CETURSA / Recepción interna de llamadas: Personal especializado encargado de atender telefónicamente las consultas y solicitudes de información realizadas por los distintos clientes y usuarios del destino Sierra Nevada - Estación de Esquí y Montaña, ofreciendo asistencia general y derivando las llamadas a las áreas correspondientes.

- Atención de consultas del área comercial y de ventas: Equipo responsable de gestionar las consultas que se reciben a través del correo electrónico, relacionadas con los productos, servicios y aplicaciones de CETURSA (venta de forfaits, reservas, eventos, etc.), proporcionando soporte y seguimiento personalizado a cada cliente.
- Gestión de redes sociales: Desde el Departamento de Comunicación y Prensa se da respuesta a los mensajes, comentarios y consultas que llegan a través de las distintas redes sociales corporativas en las que CETURSA Sierra Nevada tiene presencia, actuando como canal directo de interacción con los usuarios.

Además de estos servicios, existen diversos números telefónicos de contacto asociados a unidades operativas o de atención específica (servicios al cliente, información de temporada, alquileres, restauración, etc.), desde los cuales también se atienden las consultas y solicitudes de los usuarios.

2. OBJETO

El presente Pliego de Prescripciones Técnicas (en adelante, PPT) tiene por objeto establecer las condiciones técnicas que regirán el diseño, implementación y operación de una solución integral de atención omnicanal basada en Inteligencia Artificial (IA), destinada a mejorar la experiencia del cliente, optimizar los recursos internos y garantizar una atención continua y de calidad, 24 horas al día, los 7 días de la semana.

La solución deberá permitir la integración de todos los canales de comunicación —digitales y humanos— en una única plataforma, facilitando la atención unificada a través de teléfono, correo electrónico, chat en vivo, mensajería instantánea (WhatsApp u otros), videollamadas, bots conversacionales y redes sociales, entre otros, asegurando la continuidad, coherencia y trazabilidad de las interacciones con los clientes.

Asimismo, la plataforma deberá incorporar capacidades avanzadas de automatización y análisis inteligente, orientadas a la mejora continua de los procesos de atención, la reducción de tiempos de respuesta, la segmentación y personalización de las comunicaciones, y la obtención de métricas e indicadores de satisfacción y rendimiento que permitan la toma de decisiones estratégicas en tiempo real.

3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:

El servicio consistirá en las siguientes prestaciones:

- a) Omnicanalidad real: Teléfono, WhatsApp, Web, RRSS, Chatbot, Email.

La omnicanalidad implica integrar todos los canales de comunicación en una única plataforma para ofrecer una experiencia fluida y coherente al cliente donde no se produzcan rupturas entre canales y toda la información se sincronice en tiempo real.

-Teléfono: Atención tradicional con integración CTI para registro automático de llamadas y enrutamiento inteligente.

-WhatsApp: Canal conversacional con soporte para mensajes automatizados, notificaciones y atención personalizada.

-Web: Chat en vivo y formularios dinámicos conectados al CRM para captación y seguimiento de leads.

-RRSS (Redes Sociales): Gestión centralizada de interacciones en Facebook, Instagram, X (Twitter), TikTOK, con respuestas automáticas y derivación a agentes, según necesidad.

-Chatbot: Asistente virtual disponible 24/7 para resolver FAQs, guiar procesos y escalar casos complejos.

-Email: Integración con CRM para seguimiento, clasificación automática y respuestas preconfiguradas.

- b) Automatización inteligente: Chatbots, Voicebots, RPA, IA generativa.

-Chatbots y Voicebots: Responder consultas frecuentes, gestionar reservas, ventas y soporte básico.

-RPA (Robotic Process Automation): Automatizar tareas repetitivas como carga de datos, validación de documentos, envío de notificaciones.

-IA Generativa: Mejorar la interacción con lenguaje natural, personalizar respuestas y crear contenido adaptado al perfil del cliente.

Ejemplo: Un chatbot con IA generativa puede ofrecer recomendaciones personalizadas basadas en el historial del usuario.

c) Integración tecnológica: CTI + CRM + IA, interoperable con sistemas actuales (Altitude-Neo).

-CTI (Computer Telephony Integration): Conectar la telefonía con el CRM para registrar llamadas y facilitar enrutamiento.

-CRM: Centralizar la información del cliente, histórico de interacciones y segmentación.

-IA: Analizar datos para optimizar procesos y predecir necesidades del cliente.

-Interoperabilidad con Altitude-Neo: Garantizar que la nueva solución se integre sin fricciones con la infraestructura existente.

Con ello, se pretende obtener una visión 360° del cliente y procesos más ágiles.

d) Atención humana: Derivación inteligente a agentes cuando sea necesario.

Con el objetivo de educir tiempos de espera y mejorar la resolución en primera llamada (FCR):

-El sistema deberá identificar cuándo una interacción requiere intervención humana (por complejidad, emociones detectadas, o procesos críticos).

-Enrutamiento inteligente: el sistema tendrá que asignar el caso al agente más adecuado según solicitud directa del cliente y complejidad para la IA.

e) Marketing Automation: Campañas personalizadas, segmentación, nurturing, como estrategia de marketing digital para nutrir y guiar a los clientes potenciales (leads) a través de un proceso de compra, ofreciéndoles contenido relevante y personalizado para convertirlos en clientes.

En concreto, consistirá en lo siguiente:

-Campañas personalizadas: Basadas en comportamiento del usuario y segmentación avanzada.

-Nurturing: Guía al lead a través del embudo de conversión con contenido relevante (emails, mensajes, notificaciones).

-Integración con CRM: Permitir medir impacto y ajustar estrategias en tiempo real.

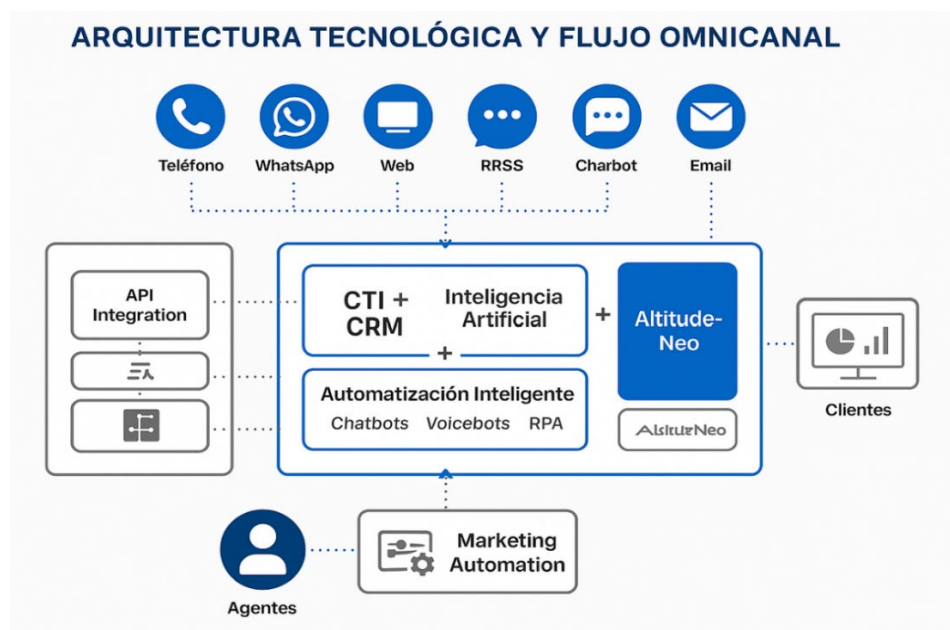
Ejemplo: Un usuario que consulta precios recibe automáticamente una oferta personalizada por email y/o WhatsApp.

f) Informes y dashboards: Monitorización en tiempo real, KPIs, BI.

-Dashboards interactivos: Visualización de métricas clave (FCR, TMO, CSAT, volumen de interacciones).

-Business Intelligence (BI): Análisis predictivo para anticipar picos de demanda y optimizar recursos.

-Alertas automáticas: Notificación de incidencias críticas o desviaciones en KPIs.



4. OBJETIVOS DEL PROYECTO

A) Maximizar la automatización de procesos (hasta un 80%)

El primer objetivo del proyecto consiste en maximizar la automatización de los procesos operativos y de atención al cliente, alcanzando un grado de automatización de hasta el 80% de las interacciones y gestiones susceptibles de ser digitalizadas.

Este objetivo pretende reducir la intervención manual en tareas repetitivas y de bajo valor añadido, optimizando los recursos humanos disponibles, mejorando la eficiencia global del servicio y disminuyendo los costes operativos asociados a la gestión diaria.

1) Áreas de automatización:

I. Atención al cliente:

Implementación de chatbots y voicebots inteligentes capaces de resolver consultas frecuentes (FAQs), tramitar gestiones básicas como reservas, incidencias o ventas simples, y escalar automáticamente los casos complejos a agentes humanos.

II. Procesos internos:

Aplicación de tecnologías RPA (Robotic Process Automation) para la automatización de tareas administrativas y de back-office, tales como carga y validación de datos, verificación de documentos, generación de informes automáticos o envío de notificaciones y recordatorios.

III. Marketing y comunicación:

Automatización de campañas personalizadas, segmentación dinámica de clientes y procesos de nurturing y fidelización, mediante herramientas de IA y análisis predictivo que permitan adaptar los mensajes al comportamiento y perfil del usuario.

2) Beneficios esperados

I. Reducción del Tiempo Medio de Operación (TMO) y mejora de los tiempos de respuesta.

II. Disminución de errores humanos en tareas repetitivas o manuales.

III. Mayor escalabilidad y flexibilidad para absorber picos de demanda sin necesidad de incrementar recursos humanos.

IV. Liberación de tiempo de los agentes humanos, que podrán enfocarse en gestiones de mayor valor añadido y atención personalizada.

3) Indicador clave de desempeño (KPI):

Alcanzar un 80% de procesos automatizados en los canales digitales de atención y en los procedimientos de back-office vinculados al servicio.

B) Mejorar la experiencia del cliente y reducir tiempos de espera.

La experiencia del cliente es el centro del proyecto. Se busca ofrecer interacciones rápidas, personalizadas y sin fricciones.

1) Acciones concretas:

-Implementación de asistentes virtuales con IA generativa para respuestas naturales y adaptadas al contexto.

-Enrutamiento inteligente para derivar casos complejos al agente adecuado.

-Integración omnicanal para evitar que el cliente repita información en cada canal.

2) Resultados esperados:

-Reducción del tiempo de espera en atención telefónica y digital.

-Incremento del CSAT (Customer Satisfaction Score).

-Mayor tasa de resolución en primera interacción (FCR).

C) Garantizar atención continua 24/7.

Uno de los pilares fundamentales del proyecto es asegurar que el servicio de atención al cliente esté disponible de forma continua, los 365 días del año, sin depender de los horarios de oficina ni de la disponibilidad presencial de los equipos humanos.

El objetivo es ofrecer a los clientes una experiencia de atención ininterrumpida, capaz de resolver sus necesidades en cualquier momento, independientemente del canal de contacto o la franja horaria.

Cómo se logra:

Chatbots y voicebots activos 24/7: Implementación de asistentes virtuales inteligentes, disponibles permanentemente para atender consultas frecuentes, resolver incidencias básicas o guiar al usuario en procesos como reservas, compras o gestión de información general.

Automatización de procesos críticos: Digitalización de flujos clave (pagos, reservas, incidencias simples o consultas operativas), garantizando su ejecución autónoma sin intervención humana, lo que permite mantener la operatividad del servicio fuera del horario laboral.

Escalado automático a agentes humanos: Integración de un sistema de derivación inteligente que transfiera las solicitudes más complejas a agentes humanos durante los horarios definidos de atención o bajo demanda, asegurando la continuidad y calidad de la respuesta.

Impacto esperado:

-Mejora en la percepción y satisfacción del servicio, al ofrecer atención inmediata y permanente.

-Reducción de la saturación en picos de demanda, especialmente en periodos de alta afluencia o incidencias estacionales.

-Incremento de la competitividad de CETURSA Sierra Nevada frente a otros operadores turísticos, al posicionar la atención al cliente como un elemento diferencial de calidad y modernización.

Indicador clave de desempeño (KPI): Alcanzar un 100% de disponibilidad del servicio de atención digital 24/7, con un tiempo medio de respuesta inferior a 10 segundos en los canales automatizados.

D) Integrar todos los canales en una plataforma única.

La integración omnicanal como clave para ofrecer una experiencia coherente y eficiente.

➤ Componentes para tener en cuenta:

-CTI + CRM: Registro unificado de interacciones telefónicas y digitales.

-Canales soportados: Teléfono, WhatsApp, Web, RRSS, Email, Chatbot.

-Interoperabilidad: Conexión con Altitude-Neo y sistemas internos de Cetursa.

➤ Beneficios a obtener:

-Visión 360° del cliente para agentes y supervisores.

-Reducción de duplicidades y errores en la gestión.

-Capacidad de análisis global del customer journey.

E) Cumplimiento normativo y protección de datos.

La solución debe garantizar la seguridad y legalidad en el tratamiento de datos.

⇒

⇒ Normativas aplicables:

- ⇒
 - RGPD: Protección de datos personales y consentimiento informado.
 - ENS: Esquema Nacional de Seguridad para entornos digitales.
 - PCI DSS: Seguridad en pagos electrónicos.
- ⇒ Las medidas técnicas a tener en cuenta respecto al cumplimiento normativo y protección de datos serán:
- ⇒
 - Encriptación de datos sensibles.
 - Control de accesos y trazabilidad.
 - Auditorías periódicas y monitorización continua.

Objetivo final: Garantizar confianza y transparencia en la relación con el cliente.

5. REQUISITOS TÉCNICOS

A) Arquitectura tecnológica:

La arquitectura debe ser robusta, escalable y segura, diseñada para soportar la integración omnicanal y la automatización inteligente.

Componentes clave:

- ✓ CTI (Computer Telephony Integration): Conexión entre telefonía y sistemas digitales para gestionar llamadas, grabaciones y enrutamiento.
- ✓ CRM: Base central de datos del cliente, con histórico de interacciones y segmentación avanzada.
- ✓ IA: Motor de inteligencia artificial para análisis predictivo, automatización y personalización.

Objetivo: Garantizar interoperabilidad con sistemas existentes (Altitude-Neo) y permitir futuras ampliaciones sin reestructuración.

1.- CRM integrado con CTI: Función: Unificar la información del cliente con la gestión de llamadas.

Con ello, los beneficios que se pretenden obtener son los siguientes:

- Registro automático de interacciones.

- Visión 360° del cliente para agentes y supervisores.
- Reducción de errores y duplicidades.

Ejemplo: Cuando un cliente llama, el agente visualiza su historial completo en tiempo real.

2.- Agentes virtuales con IA generativa.

Características:

- Capacidad de mantener conversaciones naturales y adaptadas al contexto.
- Multilingües y humanizados (voz y texto).

Aplicaciones:

- Atención 24/7.
- Resolución de FAQs, ventas simples, seguimiento de incidencias.

Valor añadido: Personalización y empatía simulada para mejorar la experiencia del cliente.

3.- RPA para procesos repetitivos

Qué debe automatizar:

- Validación de datos.
- Generación y envío de informes.
- Procesos de back-office (carga de tarifas, actualizaciones).

Impacto:

- ◆ Reducción de costes operativos.
- ◆ Eliminación de errores humanos.
- ◆ Mayor velocidad en tareas administrativas.

4.- APIs para integración con sistemas internos

- Función: Conectar la solución omnicanal con aplicaciones internas (ERP, Altitude-Neo, plataformas de pago).
- Ventajas:
 - Flujo de datos seguro y en tiempo real.

- Flexibilidad para incorporar nuevas herramientas.

Ejemplo: Integración con API meteorológica para informar sobre condiciones en Sierra Nevada.

B) Funcionalidades mínimas:

- Chatbot y Voicebot multilingües:
 - Disponibles en mínimo: español, inglés, portugués y francés.
 - Capacidad de comprender lenguaje natural y responder con IA generativa.
- Enrutamiento inteligente:
 - Derivación automática al agente más adecuado según perfil, idioma y disponibilidad.
 - Priorización de casos críticos.
- Dashboards configurables:
 - Visualización en tiempo real de KPIs (FCR, TMO, CSAT).
 - Informes automáticos y analítica avanzada.
- Pasarela de pago PCI:
 - Cumplimiento de normativa PCI DSS para pagos seguros.
 - Integración con sistemas internos y agentes virtuales.
- Monitorización y análisis de sentimiento:
 - IA para detectar tono y emociones en interacciones.
 - Alertas para casos críticos o insatisfacción del cliente.

C) Escalabilidad y alta disponibilidad.

Escalabilidad:

- Capacidad de aumentar recursos en picos de demanda sin afectar el rendimiento.

-Arquitectura modular para añadir nuevos canales o funcionalidades.

Alta disponibilidad:

-Redundancia en servidores y sistemas.

-Garantía de servicio 24/7 con mínimo tiempo de inactividad.

En resumen y en general, se encuentra también incluido como parte del presente

PPT:

- La contratación de licencias de las diferentes soluciones que se propongan.
- La contratación de los terminales telefónicos o técnicos o tecnológicos que se puedan considerar necesarios y que deben de ser compatibles con el sistema implantado NEO.
- La contratación de *appliance* o cualquier otro hardware que sea necesario para garantizar el funcionamiento del sistema.
- Marcando la evolución de NEO (herramienta digital de reservas e información interna de Cetursa SN) hacia la IA, proponemos que sean proveedores independientes para que no se pierdan los desarrollos realizados.
- Cubrir la omnicanalidad desde un punto de vista independiente para poder quitar un canal sin que se pierda la evolución a otros.
- Diferenciación y proveedores distintos para cada uno de los servicios contratados.
- Centralita, que sea acorde a los estándares del mercado que permitan utilizar y rentabilizar el desarrollo realizado previamente en NEO.
- Conectividad de tecnología con NEO que permita la integración global de la IA en el ERP/CRM
- Automatización de campañas
- Agentes virtuales de IA
- Emisión de campañas de encuestas adaptadas a cada canal.
- Grado de satisfacción de los clientes y usuarios.

- La información queda en NEO y Cetursa tiene que acceder a un dashboard/plataforma del proveedor para tener el pulso constante del número de interacciones por cada canal que se estén produciendo en tiempo real, métricas de grado de satisfacción de cliente, encuestas, leads, índice de carritos recuperados por la IA.
- Penalización por estándares de calidad.
- Tecnología que se oferte sea transversal, como el gestor de correo, se pueda unificar a largo plazo y ahorrar costes.
- Que se adapten las comunicaciones de cada cliente al canal elegido, dependiendo por donde entra/accede el cliente.
- Se tiene que tener trazabilidad de lo que el cliente haya hablado anteriormente para que el agente que lo atienda sepa que es lo que el cliente está demandando. El cliente tiene que sentir familiaridad y empatía y esto solo lo puede aportar tener el seguimiento de sus interacciones.

6. FASES DE IMPLEMENTACIÓN

A. Configuración técnica

Objetivo: Preparar la infraestructura tecnológica para soportar la solución omnicanal.

Acciones clave:

- Instalación y configuración del CRM integrado con CTI.
- Implementación de servidores y entornos seguros (cumpliendo RGPD y ENS).
- Configuración de APIs para integración con sistemas internos (Altitude-Neo, ERP, pasarela de pago).

Resultado esperado: Plataforma lista para conectar canales y ejecutar procesos automatizados.

Puesta en marcha máximo a 1 mes a la firma del contrato.

B. Conexión de canales y herramientas

Objetivo: Integrar todos los canales de comunicación en una única plataforma.

Acciones clave:

- Conexión de telefonía con CTI.
- Integración de WhatsApp Business API, redes sociales, email y chat web.
- Configuración de chatbots y voicebots en los canales digitales.

Resultado esperado: Omnicanalidad real, con interacción fluida y registro unificado en el CRM.

Puesta en marcha máximo a 1 mes a la firma del contrato.

C. Automatización de procesos

Objetivo: Reducir la intervención manual en tareas repetitivas y mejorar la eficiencia.

Acciones clave:

- Implementación de RPA para procesos internos (validación de datos, carga de tarifas, generación de informes).
- Configuración de flujos automatizados para atención al cliente (FAQs, reservas, pagos).
- Integración de IA generativa para respuestas personalizadas.

Resultado esperado: Alcanzar hasta un 80% de automatización en procesos críticos.

Puesta en marcha máximo a 1 mes a la firma del contrato.

D. Definición de buyer persona y protocolos

Objetivo: Establecer una estrategia centrada en el cliente y protocolos de atención.

Acciones clave:

- Identificación de perfiles de cliente (buyer persona) según comportamiento y necesidades.
- Creación de protocolos de atención y venta adaptados a cada segmento.
- Configuración de scripts y argumentarios para agentes humanos y virtuales.

Resultado esperado: Experiencia personalizada y alineada con la estrategia comercial.

Puesta en marcha máximo a 1 mes a la firma del contrato.

E. Formación de equipos

Objetivo: Capacitar al personal para operar la nueva plataforma y garantizar calidad en la atención.

Acciones clave:

- Formación técnica sobre uso del CRM, CTI y herramientas omnicanal.
- Entrenamiento y elaboración/entrega de protocolos de atención y manejo de IA.
- Sesiones prácticas con simulaciones (roleplay) para asegurar la correcta aplicación.

Resultado esperado: Equipos preparados para ofrecer un servicio eficiente y coherente.

Puesta en marcha máximo a 1 mes a la firma del contrato.

F. Puesta en marcha y seguimiento

Objetivo: Activar la solución y garantizar su correcto funcionamiento.

Acciones clave:

- Lanzamiento gradual (piloto) para validar procesos y ajustar configuraciones.
- Monitorización en tiempo real mediante dashboards y KPIs.
- Auditorías periódicas y optimización continua.

Resultado esperado: Servicio operativo 24/7, con indicadores de calidad en niveles óptimos.

7. INDICADORES DE CALIDAD (KPIs)

1. FCR (First Call Resolution): Porcentaje de interacciones (llamadas, chats, mensajes) resueltas en el primer contacto sin necesidad de seguimiento adicional.

Importancia:

- Reduce la frustración del cliente.
- Disminuye costes operativos al evitar múltiples contactos.

Cómo medirlo: $\text{Número de casos resueltos en la primera interacción} \div \text{Total de casos atendidos} \times 100$.

Objetivo recomendada: $\geq 85\%$ para garantizar eficiencia y satisfacción.

2. TMO (Tiempo Medio de Operación): Tiempo promedio que tarda un agente (humano o virtual) en atender y resolver una interacción.

Importancia:

- Impacta directamente en la percepción del cliente.
- Influye en la capacidad de atención en picos de demanda.

Cómo medirlo: $\text{Suma del tiempo total de atención} \div \text{Número de interacciones}$.

Objetivo recomendado: Reducir TMO en un 20-30% mediante automatización y enrutamiento inteligente.

3. CSAT (Customer Satisfaction Score): Índice que refleja el nivel de satisfacción del cliente tras la interacción.

Se obtiene: Encuestas post-servicio (ej. "¿Cómo calificaría su experiencia?" en escala 1-5 o 1-3).

Importancia: Indicador clave de calidad y fidelización.

Objetivo recomendado: $\geq 90\%$ en temporada alta.

4. % de automatización de procesos: Proporción de tareas gestionadas automáticamente por IA, RPA y bots frente al total de procesos.

Cómo medirlo: $\text{Número de procesos automatizados} \div \text{Total de procesos} \times 100$.

Objetivo: Alcanzar un 80% en procesos repetitivos y atención básica.

5. Disponibilidad del servicio (24/7): Tiempo en que la plataforma está operativa y accesible para los clientes.

Cómo medirlo: $(\text{Tiempo total disponible} - \text{Tiempo de inactividad}) \div \text{Tiempo total} \times 100$.

Objetivo: $\geq 99,9\%$ de disponibilidad.

Medidas para garantizarlo que se solicita:

- Arquitectura redundante.
- Monitorización proactiva.
- Protocolos de contingencia.

8. CUMPLIMIENTO NORMATIVO

1. RGPD (Reglamento General de Protección de Datos)

El objetivo es garantizar la protección de los datos personales de los clientes y usuarios. Se debe tener en cuenta las siguientes obligaciones:

- Consentimiento informado: El cliente debe aceptar explícitamente el tratamiento de sus datos.
- Derechos del usuario: Acceso, rectificación, cancelación y oposición (ARCO).
- Minimización de datos: Solo se recopilan los datos estrictamente necesarios.

Medidas técnicas:

- Encriptación de datos sensibles.
- Control de accesos y autenticación robusta.
- Auditorías periódicas para verificar cumplimiento.

Impacto en el proyecto:

- Todos los canales (WhatsApp, email, web, etc.) deben cumplir RGPD.
- Los agentes virtuales deben informar sobre el uso de datos y respetar la privacidad.

2. ENS (Esquema Nacional de Seguridad)

El objetivo es garantizar la seguridad en los sistemas que gestionan información pública o de interés general.

Principales requisitos:

- Clasificación de la información: Determinar nivel de seguridad (básico, medio, alto).
- Medidas organizativas y técnicas:
 - » Gestión de incidentes.
 - » Copias de seguridad y recuperación ante desastres.
 - » Monitorización continua.
- Certificación: Cumplimiento verificado por auditorías externas.

Impacto en el proyecto:

- La plataforma omnicanal debe cumplir con ENS para garantizar integridad, disponibilidad y confidencialidad.
- Implementación de protocolos de contingencia y redundancia.

3. Normativa PCI para pagos.

Conseguir el objetivo: Proteger los datos de tarjetas y transacciones electrónicas.

Principales requisitos:

- Encriptación de datos de pago durante transmisión y almacenamiento.
- Autenticación segura para operaciones.
- Segmentación de redes para aislar datos sensibles.
- Monitorización y registro de todas las transacciones.

Impacto en el proyecto:

- La pasarela de pago integrada debe estar certificada PCI DSS.
- Los agentes virtuales que gestionen pagos deben operar en entornos seguros.
- Cumplimiento obligatorio para evitar sanciones y fraudes.

9. OFERTA ECONÓMICA Y TIEMPO DEL CONTRATO

Tabla de Costos Estimados

Concepto	Costo Mensual (€)	Costo Año (€)
Integración	1.000,00 €	
Configuración	1.000,00 €	
Licencias	1.000,00 €	
Agentes virtuales	1.000,00 €	
Mantenimiento	1.000,00 €	
TOTAL, TECNOLOGÍA	5.000,00 €	60.000,00 €
Personal operativo (Agentes)	10.500,00 €	63.000,00 €
3 agentes 7 días 5 horas (420 horas) 6 meses EXPLOTACIÓN (nov-dic-ene-febr-marz-abr)		
COSTES VARIABLES		
Voice IA	0,025€/minuto	
Levantamiento llamada saliente	0,03 €	

TOTALES (SIN COSTES VARIABLES) 15.500,00 € 123.000,00 €

Total, mensual/sin variables. Valores descritos según mercado actual.

Los valores son estimativos y pueden ajustarse según alcance final, volumen de usuarios y nivel de personalización.

Tiempo contrato: 2 años contrato inicial con prórroga 1 + 1 + 1. Total 5 años de contrato.

10. VALOR AÑADIDO

1. Modelo boutique, no masivo

Un enfoque personalizado y adaptado a las necesidades específicas de CETURSA, evitando soluciones genéricas o estandarizadas.

- Características principales:

- Diseño a medida: Cada componente (canales, protocolos, automatización) se ajusta a la operativa y cultura de CETURSA.

- Flexibilidad: Capacidad de adaptar procesos y herramientas según la evolución del negocio y la demanda.

-Relación cercana: Soporte y atención directa, con equipos dedicados y conocimiento profundo del entorno (Granada, Sierra Nevada).

- Beneficios:

-Mayor alineación con los objetivos estratégicos de CETURSA.

-Reducción de riesgos por incompatibilidad tecnológica.

-Experiencia diferenciada frente a proveedores masivos.

2. IA generativa aplicada al CX (Customer Experience)

Uso de inteligencia artificial avanzada para mejorar la interacción con el cliente mediante respuestas naturales, personalizadas y proactivas.

- Aplicaciones concretas:

-Conversaciones humanizadas: Chatbots y voicebots que simulan lenguaje humano, evitando respuestas rígidas.

-Personalización dinámica: Adaptación del contenido según el historial, preferencias y contexto del cliente.

-Análisis predictivo: IA que anticipa necesidades (ej. recomendar forfaits según clima y perfil del usuario).

- Beneficios:

- Reducción de tiempos de respuesta y mejora del CSAT.

- Incremento en la conversión de ventas gracias a interacciones más efectivas.

- Capacidad de operar 24/7 sin pérdida de calidad.

- Valor estratégico:

- Diferenciación frente a competidores.

- Innovación alineada con tendencias tecnológicas y expectativas del cliente.

11. PENALIDADES

Teniendo en cuenta las exigencias contempladas en el Pliego, en lo que respecta a la ejecución del servicio, los posibles incumplimientos de la empresa adjudicataria se calificarán como muy graves, graves o leves:

- Son incumplimientos muy graves:

-Las incidencias que, en el marco de la prestación de los Servicios, afecten significativa o moderadamente al CLIENTE (por ej. insultos y una reiterada mala atención telefónica, no contestar su petición, dejar perder la venta, etc.)

- Son incumplimientos graves:

-La interrupción temporal apreciada por Cetursa Sierra Nevada SA, en la prestación del Servicio sin mediar causa justificada.

-Reiterada mala calidad apreciada en las actuaciones de control efectuadas por Cetursa Sierra Nevada SA

-Incumplimiento sustancial o habitual del plan de organización y funcionamiento del Servicio.

-La obstaculización de las tareas de control e inspección prerrogativa de Cetursa Sierra Nevada SA.

-La existencia de tres incumplimientos leves en el transcurso de los tres meses siguientes a detectarse el primero de dichos incumplimientos.

- Son incumplimientos leves:

-Los que, por su escasa incidencia en la prestación global del Servicio, no sean calificables de graves o muy graves.

-No facilitar a Cetursa Sierra Nevada SA, los informes o datos a que viene obligada contractualmente o que se le requieren motivadamente.

-La baja calidad del Servicio apreciada por el colectivo de usuarios en las encuestas realizadas al efecto.

Estos incumplimientos serán objeto de penalización, conforme a la siguiente tabla:

LEVE: Advertencia. Y a la 2ª advertencia durante el mes en curso, se convierte en falta / incumplimiento grave.

GRAVE: Del 10% del importe mensual del contrato facturado.

12. FORMULARIOS LICITACIÓN: Implantación propuesta integral de atención y servicios al cliente, omnicanal basada en IA.

La empresa adjudicataria deberá presentar, en cada uno de los Formularios descritos, las especificaciones técnicas que deberán ajustarse al siguiente índice, a fin de que resulten homogéneas y facilitar la verificación del cumplimiento de requisitos técnicos mínimos por la empresa adjudicataria.

FORMULARIO 1.- Detallar y exponer: Plan de puesta en marcha del servicio detallado, especificando los procesos, tareas, hitos de seguimiento, y equipos implicados por parte de la empresa ofertante.

Índice de apartados a incluir en la descripción de:

- Descripción del Plan
- Asignación de estructura roles, actividades y responsable de las mismas.
- Descripción de las tareas a realizar y cómo se llevarán a cabo
- Cronograma propuesto para el cumplimiento del plazo establecido
- Alcanzando resultados
- Monitoreo de servicios
- Informe encuesta de Satisfacción IVR

FORMULARIO 2.- Detallar y exponer: Especificaciones técnicas-Puestos de Agente

PARTE A-Formulario 2.-) Índice de apartados a incluir en la descripción de los Medios Tecnológicos e Infraestructura por parte de la empresa ofertante.

- Descripción de la Plataforma/s
- Ubicación concreta de la Plataforma/s
- Número de puestos asignados en exclusiva
- Equipamiento de puestos
- Distribución de puestos
- Descripción de la sala de formación diaria interna de la Plataforma del ofertante
- Descripción de Teletrabajo

PARTE B – Formulario 2.-) Índice de apartados a incluir en la descripción de propuesta de Modelo operativo de Recursos humanos, organización y dimensionado.

- Descripción de la estructura organizativa
- Descripción de la operativa de recursos humanos
- Descripción del proceso de planificación y programación

- Descripción de la Gestión en tiempo real.
- Descripción Recursos Humanos asignados al servicio
- Informe justificativo de las necesidades de personal, plantilla asignada al contrato.

FORMULARIO 3.- Detallar y exponer: Conectividad entre Cetursa Sierra Nevada SA, y el Adjudicatario

Validar y exponer la compatibilidad del modelo y plan de conectividad del ofertante con las características técnicas requeridas para dicha conectividad descritas por Cetursa.

FORMULARIO 4.- Detallar y exponer: Especificaciones de infraestructura telefónica y telefonía.

Índice de apartados a incluir en la descripción de propuesta de arquitectura de interconexión de la red para la Plataforma (se puede especificar propuestas de arquitectura de interconexión de la red inteligente, si está desarrollada para la Plataforma)

- Arquitectura para el Centro de Atención Telefónica al Cliente
- Arquitectura para Campañas de Emisión
- Arquitectura para Recepción de Llamadas de origen internacional
- o Infraestructura de comunicaciones Línea principal
- o Infraestructura de comunicaciones Línea Back Up

FORMULARIO 5.- Detallar y exponer: Especificaciones de ACD

Índice de apartados a incluir en la descripción de la propuesta de configuración de los servicios a nivel de centralita, ACD, grupos especializados, desbordes

- Descripción de la organización de los servicios por canal de comunicación.
- Descripción de cómo se llevarán a cabo cada uno de los servicios, asignación de grupos, prioridades, desbordes, etc.

FORMULARIO 6.- Detallar y exponer: Especificaciones CTI

Índice de apartados a incluir en la descripción de la propuesta de soluciones tecnológicas.

- Descripción de la herramienta Multicanalidad, características técnicas y funcionales:
- o Modelo de prestación de los servicios y modelo comercial de la tecnología.

- o Características técnicas y funcionales de la centralita.
- o Características de la herramienta multicanalidad
- o Características técnicas de grabación y monitorización de los servicios.
- o Características técnicas de emisión de llamadas.
- o Características técnicas de integración CTI.
- o Características técnicas de los circuitos.

- Descripción de Text Analytics, características técnicas y funcionales:
 - o Modelo de prestación de los servicios y modelo comercial de la tecnología.
 - o Características técnicas y funcionales.
 - o Características de la herramienta

FORMULARIO 7. - Detallar y exponer: Especificaciones de herramienta de gestión de contactos

Índice de apartados a incluir en la descripción propuesta:

- Documentar y detallar todas las descripciones y especificaciones técnicas y funcionales de la herramienta operativa para conseguir el objetivo del servicio.

FORMULARIO 8.- Detallar y exponer: Planes de contingencia

Índice de apartados a incluir en la descripción de propuesta de planes de contingencia

- Objeto del documento
- Evaluación de riesgos y desarrollo de planes de contingencias para aquellas incidencias que se pudieran dar con mayor probabilidad.
- Plan de interrupciones ante interrupciones menores
- Plan ante interrupciones de mayor plazo
- Descripción del Centro de Respaldo y otras soluciones

Jesús Ibáñez Peña
Consejero delegado

Yolanda Sevilla Vedia
Responsable del contrato