



SEGITTUR  
turismo e innovación

---

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HA DE REGIR EL CONCURSO POR EL PROCEDIMIENTO ABIERTO PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE CENTRALIZADO MULTICANAL PARA LA SOCIEDAD ESTATAL PARA LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LAS TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS, S.A. (SEGITTUR)**

---

Abril de 2008



**SEGITTUR**  
turismo e innovación

## **ÍNDICE**

1. OBJETO DEL CONTRATO .....	3
2. ANTECEDENTES.....	3
3. DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN .....	4
4. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A DESARROLLAR .....	4
4.1 Servicio de atención al cliente.....	4
4.2 Infraestructuras físicas y tecnológicas .....	7
4.3 Gestión de la estructura de telecomunicaciones .....	8
4.4 Niveles de servicio y penalizaciones.....	9
5. CONTROL Y SEGUIMIENTO DEL SERVICIO .....	11
6. OTRAS OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.....	12
6.1 Calidad .....	12
6.2 Documentación de los trabajos.....	12
6.3 Formación.....	13
7. ESTRUCTURA DE LAS OFERTAS PRESENTADAS .....	14
7.1 Propuesta técnica.....	14
7.2 Información económica adicional.....	15
7.3 Prestaciones superiores o complementarias a las exigidas.....	18
7.4 Otros.....	19
8. ADJUDICACIÓN .....	17
9. ANEXOS .....	18
9.1 Análisis de actividad.....	18
9.2 Descripción de perfiles profesionales .....	19
9.3 Indicadores de seguimiento .....	20



**SEGITTUR**  
turismo e innovación

## 1. OBJETO DEL CONTRATO

Es objeto del presente pliego de contratación los servicios de atención al cliente multicanal (Contact Center), que permitirá la recepción de contactos por múltiples canales y su resolución de manera centralizada, garantizando unos niveles de servicio adecuados en línea con los ofrecidos actualmente por las OETs, dentro del ámbito del Proyecto CRM con el objetivo de externalizar los servicios de información turística de TURESPAÑA.

## 2. ANTECEDENTES

TURESPAÑA es el organismo dependiente de la Secretaría General de Turismo, responsable de la promoción del turismo español en el exterior, cuyas funciones son la planificación, el desarrollo y la ejecución de actuaciones para la promoción del turismo español en los mercados internacionales, el apoyo a la comercialización de los productos turísticos españoles en el exterior, y la colaboración con las comunidades autónomas, los entes locales y el sector privado en programas de promoción y comercialización de sus productos en el exterior.

Para ello, cuenta con los Servicios Centrales y una potente red de 31 oficinas distribuidas en 24 países, denominadas Oficinas Españolas de Turismo (OETs), que ejecutan los planes de promoción turística española, proveen orientación acerca de los diferentes destinos y productos turísticos en España, y facilitan material impreso para ilustrar las características de los potenciales puntos de destino. A su vez, actúan como fuentes de información fundamentales en la provisión de datos específicos de los mercados de origen en sus ámbitos de competencia.

Estas Oficinas de Turismo en el Exterior atienden más de 500.000 consultas al año, la mayoría de ellas por teléfono, y facilitan en un 80% de los casos información impresa seleccionada entre los 12 millones de folletos informativos publicados anualmente por TURESPAÑA en 18 idiomas.

En paralelo con la red de Oficinas, TURESPAÑA tiene operativo el portal [spain.info](http://spain.info) y sus versiones mercado, que a finales del año 2008 alcanzarán los 19 portales. Estas herramientas contienen amplia información sobre destinos turísticos en las diversas regiones y zonas de España, incluyendo mapas, fotografías, videos, servicios disponibles, actividades a realizar, etc. Además, se facilita el acceso directo a centrales de reservas hoteleras, permitiendo así realizar reservas y comprar una vez seleccionado el destino turístico.

Asimismo, la nueva política de turismo definida por el Gobierno a través del Plan de Objetivos de TURESPAÑA para la Promoción Exterior del Turismo destaca las nuevas herramientas basadas en tecnologías de la información y el marketing online, como uno de los ejes de actuación fundamentales para la consecución de los objetivos de consolidación y mejora de la posición alcanzada por los productos y destinos turísticos españoles. En este marco se puesto en marcha un proyecto de mejora de la gestión de clientes particulares y profesionales de TURESPAÑA (CRM)

Dentro del proyecto CRM, se ha determinado la externalización de los servicios de atención a turistas mediante la implantación de un Contact Center, que permitirá la recepción de contactos por múltiples canales y su resolución de manera centralizada, garantizando unos niveles de servicio adecuados en línea con los ofrecidos actualmente por las OETs

A través del nuevo servicio se quiere impulsar la consecución de los siguientes objetivos:

- Facilitar el acceso al turista independiente a los productos y servicios turísticos del destino España



# SEGITTUR

turismo e innovación

- Difundir a través de los diferentes canales de comunicación una “imagen de marca” del destino España
- Contribuir a un mayor conocimiento de los distintos mercados y clientes, definiendo y explotando estrategias de gestión de la relación con el cliente
- Mantener o mejorar la calidad del servicio prestado actualmente, ofreciendo un nivel de servicio homogéneo en el conjunto de TURESPAÑA, en lo que se refiere a calidad y alcance del servicio prestado
- Optimizar las actividades realizadas por las Oficinas Españolas de Turismo
- Realizar un piloto en dos de las oficinas más representativas que sirva como periodo de ajuste del servicio y punto de referencia para la posterior expansión a la red de OETs de TURESPAÑA.

### 3. DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN

La vigencia del contrato asociado a esta convocatoria de concurso público se inicia en la fecha de formalización del mismo, y finaliza el 31 de diciembre de 2009, pudiendo ser prorrogado , una o mas veces, por períodos máximos de dos años, por acuerdo expreso de las partes.

### 4. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A DESARROLLAR

#### 4.1 Servicio de atención al cliente

##### 4.1.1 Características generales del servicio

El objetivo principal del servicio es asumir las actividades de atención al público (clientes particulares) que se vienen realizando desde las OETs. Dichas actividades consisten fundamentalmente en la atención en un primer nivel de solicitudes de información turística sobre España y reclamaciones realizadas por turistas extranjeros que se dirigen a las OETs como primer punto de contacto con nuestro país en los mercados origen.

Los contactos pueden ser recibidos por diversos canales: teléfono, email, fax, carta y presencial en la oficina; todas ellas serán atendidas y resueltas por el canal seleccionado por el cliente, tratando de fomentar en todo caso el uso de medios online. El Contact Center se hará cargo únicamente de los contactos telefónicos y por correo electrónico, mientras que el resto serán atendidos por las OETs. Las llamadas telefónicas deberán ser atendidas en el momento que se produzcan mientras que para los correos electrónicos se marca un límite para la resolución de 24h desde su recepción. Se estima una duración media de entre 4 y 5 minutos para las llamadas telefónicas.

La gestión de envíos físicos de material promocional correrá a cargo de una empresa externa, limitándose la responsabilidad del Contact Center en este campo al registro de las consultas y la selección de materiales para su posterior distribución desde el proveedor de servicios logísticos, en base a las preferencias del cliente

La gestión de envíos de material promocional en formato digital se llevará a cabo desde el Contact Center apoyándose en el uso de las herramientas de gestión documental y de clientes de TURESPAÑA/SEGITTUR

Canal	A cargo de la atención	Plazo de atención al contacto	Duración media del contacto
Teléfono	Contact Center	Inmediato	4 - 5 minutos
Email	Contact Center	24 horas	



# SEGITTUR

turismo e innovación

Fax	OETs		
Carta	OETS		
Presencial	OETs		

La plataforma utilizada para la gestión de clientes y consultas será proporcionada por SEGITTUR y será Microsoft Dynamics CRM 3.0 ó 4.0, según establezca SEGITTUR en cada momento. Los agentes deberán registrar los datos del turista que realice la solicitud que a tal efecto establezca SEGITTUR y los relativos a la consulta. Los procesos de resolución serán específicos para cada tipo de consulta:

- **Solicitudes de información turística:** consultas de información sobre España como destino turístico en las que el agente deberá utilizar las herramientas de gestión del conocimiento proporcionadas por el CRM para resolver la consulta y comunicar la respuesta al turista por el canal de su preferencia (tratando de fomentar los canales online) o, en su caso escalar la misma a la OET correspondiente
- **Presentación de reclamaciones:**
  - **Telefónicas:** informar al cliente del registro de la consulta en el sistema y solicitarle que se dirija por email al Contact Center o por correo a la OET correspondiente con el fin de que quede constancia de la reclamación
  - **Recibidas por email:** redirigir a la instancia correspondiente en función del tipo de reclamación presentada (pendiente de definir tipología de reclamaciones y proceso de redirección)
- **Comentarios/Sugerencias:** informar al cliente del registro en el sistema de su comentario o sugerencia

SEGITTUR aportará a la empresa adjudicataria diversos materiales de soporte (procedimientos, argumentarios, etc.) en los que se recogerán las diferentes casuísticas en detalle.

Además de la atención de consultas y reclamaciones, el Contact Center podrá eventualmente realizar acciones *outbound* (campañas de Marketing, encuestas de satisfacción, etc.). Aunque no se contemplan para la fase piloto tendrán que ser valoradas en la oferta económica.

#### 4.1.2 Atributos del servicio

- **Volumen de actividad previsto** (para volúmenes del resto de oficinas ver Anexo 9.1: Análisis de actividad)

Idioma	Teléfono	E-mail	Total
Inglés	20.000	20.500	<b>40.500</b>
Francés	18.000	5.000	<b>23.000</b>

Datos de tráfico estimados

- **Horario e idiomas de servicio**

En la fase piloto, se atenderán únicamente contactos en inglés y francés, siendo el horario de servicio de lunes a viernes de 9:00 a 17:00 (hora española) ininterrumpidamente. En fases posteriores el Contact Center ampliará su cobertura a otras oficinas en Europa y América. El horario de atención al público seguirá siendo de 9:00 a 17:00 para las OETs europeas mientras que para las americanas se ampliará de 16:00 a 0:00 (hora española).



**SEGITTUR**  
turismo e innovación

País	Idiomas	Horario <sup>(*)</sup>	Fase de despliegue
Inglaterra	Inglés	L-V 9:00 – 17:00	Piloto
Francia	Francés		
Irlanda	Inglés		
Alemania	Alemán	L-V 9:00 – 17:00	Fase posterior
Italia	Italiano		
Suiza	Francés/Alemán/Italiano		
Austria	Alemán		

(\*)Hora española

No se descarta la ampliación del servicio a otros países e idiomas en fases posteriores, aunque están fuera del alcance de la presenta solicitud de ofertas.

- **Escalados**

El servicio a prestar será exclusivamente de primer nivel por lo que las consultas que no puedan ser resueltas en un primer contacto serán escaladas al segundo nivel que será externo al Contact Center y por tanto fuera del alcance de este pliego. Ese segundo nivel será asumido por el personal especializado de las OETs que se encargarán de la resolución de las consultas complejas.

#### 4.1.3 Plan de implantación (plazos)

El comienzo del funcionamiento del servicio se estima para el segundo trimestre de 2008. La fase piloto tendrá una duración estimada de 4 meses y, a su conclusión, se entrará en la fase de despliegue o *roll-out* que finalizará en diciembre de 2009.

A continuación se detalla la fecha de lanzamiento del servicio para las diferentes oficinas:

- Desarrollo y puesta en marcha del contact center:: Plazo máximo de dos meses a contar desde la fecha de formalización del contrato asociado a esta convocatoria de concurso público..
- Servicios de atención al cliente:
  - Fase Piloto (OETs de Reino Unido, Francia e Irlanda): Cuatro meses desde la puesta en marcha
  - Fase Primera (OETs fase piloto más Alemania, Austria, Suiza e Italia): A partir del quinto mes desde la puesta en marcha del servicio hasta diciembre de 2009 ambos inclusive.
- Mantenimiento de infraestructuras tecnológicas, físicas y de comunicaciones, y coste de telefonía: Desde la puesta en marcha del servicio hasta diciembre de 2009 inclusive.
- Idioma de los servicios de atención al cliente:
  - Inglés y francés: Desde la puesta en marcha del servicio hasta diciembre de 2009.
  - Alemán e Italiano: A partir del quinto mes desde la puesta en marcha del servicio hasta diciembre de 2009 ambos inclusive.
- Horarios servicio:
  - Lunes a viernes de 9:00 a 17:00 horas (hora española), desde mayo de 2008 hasta diciembre de 2009 ambos inclusive.

#### 4.1.4 Política de gestión de los datos de clientes



# SEGITTUR

turismo e innovación

La empresa adjudicataria deberá cumplir los requisitos de confidencialidad que exige los artículos 5, 6 y 7 de la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de protección de datos de carácter personal para el registro en el CRM de los datos de clientes recogidos durante los contactos telefónicos en el Contact Center. Para ello deberá realizar una serie de acciones con el objetivo de asegurar la legalidad del registro de los datos y su posterior explotación:

- Locución electrónica al comienzo de la llamada informando al cliente de que se van a registrar y almacenar los datos proporcionados durante el contacto e informar asimismo de la voluntariedad de los mismos
- En el caso de solicitar cualquier dato identificativo al cliente, los agentes deberán leer un texto solicitando el consentimiento explícito del cliente para utilizar sus datos en campañas posteriores.

La empresa adjudicataria deberá grabar todas las conversaciones mantenidas en el Contact Center facilitando a SEGITTUR dichas grabaciones en soporte magnético con periodicidad mensual.

## 4.2 Infraestructuras físicas y tecnológicas

### 4.2.1 Funcionalidades tecnológicas (ACD, IVR, CTI)

La infraestructura tecnológica del Contact Center deberá poseer funcionalidades de distribución automática de llamadas (ACD) y sistema de respuesta interactiva de voz (IVR). La empresa adjudicataria deberá incluir en su oferta una descripción detallada de la plataforma tecnológica propuesta así como el coste derivado de su parametrización y licencias de uso para cada puesto de trabajo.

El servicio del Contact Center se integrará en el CRM mediante un interfaz (CTI). Dicha integración será realizada por los implantadores tecnológicos de la herramienta CRM si bien la empresa adjudicataria deberá facilitar, coadyuvar y coordinar los trabajos de integración y proporcionará a los implantadores el soporte necesario para la programación del interfaz con la centralita que vaya a ser utilizada en el servicio. La empresa adjudicataria deberá proporcionar asimismo el conector CTI para Microsoft Dynamics 3.0 ó 4.0, según establezca SEGITTUR, junto con las licencias necesarias.

Todas las llamadas entrantes serán atendidas por el sistema IVR. En caso de que el cliente llame fuera del horario de servicio, el sistema le informará del horario en que puede realizar la llamada.

El ACD se encargará de distribuir de forma automática las llamadas al primer agente disponible para la atención en el idioma requerido por el cliente. La identificación de dicho idioma se hará de la siguiente manera:

- **Identificación del país de procedencia:** la centralita deberá poder identificar el país de procedencia de la llamada y por tanto el idioma de atención en el caso de que sólo haya una lengua oficial
- **Elección a través de sistema IVR:** para el caso de países con más de un idioma oficial o llamadas de origen desconocido, el sistema IVR ofrecerá al cliente la posibilidad de elegir el idioma en que quiere ser atendido. Dicha elección se realizará mediante detección de marcación por tonos
  - **Llamada de país con más de un idioma oficial:** el cliente tiene la opción de elegir entre los idiomas oficiales del país de origen.
  - **Llamada de origen desconocido:** el cliente tiene la opción de elegir entre todos los idiomas de atención disponible en el Contact Center



- **Redirección del agente:** en el caso de un cliente que llame desde un país con lengua oficial diferente a la suya, el agente asignado deberá redireccionar la llamada a otro agente que preste el servicio en el idioma requerido

Llamada	Idiomas oficiales en país origen	Sistema de enrutamiento
País origen llamada conocido	1 idioma oficial	ACD
	Más de un idioma oficial	IVR (idiomas oficiales en el país de origen)
País origen llamada desconocido	Desconocido	IVR (idiomas disponibles en el Contact Center)

En caso de no haber ningún agente disponible en el idioma seleccionado por el cliente, una locución electrónica informará al cliente de la situación y le rogará que espere a ser atendido.

Adicionalmente, podrán definirse procesos específicos vinculados a campañas de Marketing o a la oferta de nuevos servicios.

#### 4.2.2 Ubicación geográfica y descripción de infraestructuras

El adjudicatario se deberá comprometer a prestar el servicio en una única ubicación geográfica que será la especificada en la oferta presentada. La prestación del servicio será realizada en instalaciones en España del adjudicatario por lo que este deberá aportar las infraestructuras necesarias (espacios comunes, puestos de trabajo, etc.) así como el mantenimiento asociado. Asimismo, se deberá garantizar la delimitación física (habitación separada/mamparas, etc.) del espacio que ocupen los operadores para garantizar la separación respecto a operadores de otros servicios.

Los puestos de trabajo deberán contar, como mínimo, con los siguientes elementos:

- Mobiliario necesario
- Ordenador PC con Windows 2000, XP o versiones más recientes
- Microsoft Office
- Microsoft CRM Dynamics 3.0 ó 4.0, bien en versión cliente *hard* o cliente *Web* (en ambos casos aportados por SEGITTUR)
- Equipo de comunicaciones (auriculares, etc.)

Así mismo, el adjudicatario deberá poner a disposición de SEGITTUR, un puesto de trabajo en la ubicación geográfica donde se preste el servicio, con acceso a las herramientas de control de la plataforma, con objeto de supervisar la correcta prestación del servicio.

### 4.3 **Gestión de la estructura de telecomunicaciones**

#### 4.3.1 Transmisión de datos

Puesto que el servicio será prestado en instalaciones del adjudicatario y el servidor CRM se encuentra en el Centro de Proceso de Datos (CPD) de SEGITTUR, será necesario implantar una estructura de comunicaciones que proporcione un caudal de datos garantizado para asegurar el correcto funcionamiento del registro de los datos de consultas y el acceso a la base de conocimiento empleada en su resolución.



# SEGITTUR

turismo e innovación

Por ello se requiere un enlace punto a punto entre las instalaciones del adjudicatario y el CPD donde se encuentre el servidor CRM. Dicho enlace será gestionado en ambos extremos por el adjudicatario y contará con los siguientes requerimientos mínimos:

- Capacidad del enlace: 1Mb (susceptible de ampliación si el servicio lo requiere)
- Redundancia de líneas
- Redundancia de routers

#### 4.3.2 Gestión de las comunicaciones telefónicas

La empresa adjudicataria del servicio deberá proporcionar el servicio de acceso telefónico desde los mercados origen al Contact Center. Para ello, en cada mercado origen deberá habilitar un número de ámbito nacional (red inteligente) con enrutamiento internacional que podrá ser realizado a través de la Red Telefónica Conmutada (RTC) o a través de un sistema de VoIP. El adjudicatario será asimismo responsable de la puesta en marcha, mantenimiento y garantía de buen funcionamiento del servicio.

Las modalidades de acceso a valorar son:

- **Llamada nacional:** el turista se hace cargo del coste de una llamada nacional común en el mercado origen
- **Llamada de coste compartido:** el turista se hace cargo de la llamada nacional así como de parte del coste del enrutamiento internacional (equivalente a un 901 español)

Dado que existe la posibilidad de adoptar configuraciones diferentes en cada mercado, será necesario evaluar ambas posibilidades para cada uno de los países en los que el Contact Center preste servicio en esta fase o posteriores (ver anexo 9.1: "Análisis de actividad").

Adicionalmente, será necesario asegurar el mantenimiento del servicio ofrecido en las OETs como soporte durante las fases de lanzamiento para las distintas oficinas. Para ello se establecerá un modelo que permita la programación del enrutamiento de las llamadas o emails del Contact Center hacia las OETs bajo diferentes criterios (saturaciones, horarios, etc.)

#### 4.4 Niveles de servicio y penalizaciones

Con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos de calidad definidos SEGITTUR establecerá un modelo de control y seguimiento de los niveles de servicio ofrecidos por parte de la empresa adjudicataria. Cuando el contratista, por causas imputables al mismo, hubiese incurrido en el incumplimiento de alguno de los parámetros de control definidos, SEGITTUR podrá optar por la resolución del contrato o por la imposición de penalizaciones, de acuerdo al siguiente modelo.

ELEMENTO DE CONTROL	PENALIZACIÓN
<p>1. Agilidad para la gestión de consultas.</p> <p>- Teléfono (cálculo mensual):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• % de llamadas perdidas o no atendidas (&lt;5%).</li><li>• % de llamadas atendidas en menos de 20 seg. (&gt;80%).</li></ul> <p>- Email/Web:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tiempo máximo para la resolución desde su recepción: 24 h.</li></ul> <p>Se entenderá por demora imputable al adjudicatario, el</p>	<p>En caso de incumplimiento continuado, SEGITTUR podrá optar por la resolución del contrato, sin perjuicio de la posible aplicación de penalizaciones económicas. El incumplimiento continuado se producirá cuando existan incumplimientos durante más de dos periodos (meses) consecutivos.</p>



# SEGITTUR

turismo e innovación

<p>incumplimiento de los indicadores definidos (Teléfono) y la resolución de consultas en un plazo superior al estipulado (Email), siempre que el volumen de consultas no supere en más de un 20% las estimaciones recogidas en este pliego. En el caso de superarse esta cifra, se considerarán como imputables al adjudicatario todos los retrasos e incumplimientos que se produzcan en un plazo de 4 semanas desde la detección de los niveles superiores de actividad.</p> <p>Para consultas recibidas fuera de los horarios de funcionamiento del servicio, se considerará la hora de inicio de prestación del servicio para el cómputo de plazo de resolución.</p>	
<p>2. Otros indicadores de seguimiento.</p> <p>Para cada uno de los indicadores recogidos en el anexo "9.3: Indicadores de seguimiento" se establecerá unos rangos de valoración Excelente-Correcto-Deficiente.</p>	<p>En caso de incumplimiento continuado, SEGITTUR podrá optar por la resolución del contrato, sin perjuicio de la posible aplicación de penalizaciones económicas.</p> <p>Se entenderá como incumplimiento continuado la obtención de una valoración de Deficiente en dos o más de estos indicadores, durante más de dos periodos (meses) consecutivos.</p>
<p>3. Gestión de recursos humanos.</p> <p>Demora en la incorporación de los recursos o la insuficiencia en el número de efectivos necesarios para la prestación del servicio, de acuerdo a la planificación de recursos que se proponga en esta oferta.</p> <p>Aplicación de los planes de formación y <i>coaching</i> definido.</p>	<p>En caso de incumplimiento, SEGITTUR podrá optar por la resolución del contrato, sin perjuicio de la posible aplicación de penalizaciones económicas.</p>
<p>4. Modelo de coordinación y seguimiento</p> <p>Barreras, dificultades para el acceso a información o incumplimiento de los compromisos adquiridos (procesos, contenidos y plazos) y que se recogen en el capítulo "6 Control y seguimiento del servicio".</p>	<p>En caso de incumplimiento, SEGITTUR podrá optar por la resolución del contrato, sin perjuicio de la posible aplicación de penalizaciones económicas.</p>
<p>5. Planificación</p> <p>Demora en el cumplimiento de los plazos recogidos en el plan de proyecto, que se revisará con una frecuencia mensual.</p>	<p>En caso de incumplimiento continuado, SEGITTUR podrá optar por la resolución del contrato, sin perjuicio de la posible aplicación de penalizaciones económicas.</p> <p>Se entenderá como incumplimiento continuado la existencia de retrasos superiores al mes en alguna de las actividades definidas.</p>
<p>6. Caída del servicio</p> <p>Interrupción del servicio por motivos técnicos</p>	<p>En caso de incumplimiento, SEGITTUR podrá optar por la resolución del contrato, sin perjuicio de la posible aplicación de</p>



# SEGITTUR

turismo e innovación

(redes de comunicaciones, sistemas de soporte,..).	penalizaciones económicas.  Se entenderá como incumplimiento la caída del servicio por un periodo superior a 6 horas.
--	---

Los licitadores deberán detallar en su oferta las penalizaciones económicas estructuradas conforme al cuadro anterior, y que podrán alcanzar un importe máximo igual al valor de la facturación del periodo (mes) en que se produzcan los incumplimientos.

La aplicación y pago de estas penalizaciones no excluyen la indemnización por daños y perjuicios imputables al contratista a que hubiere lugar como consecuencia del desarrollo del servicio.

## 5. CONTROL Y SEGUIMIENTO DEL SERVICIO

El nuevo servicio se basa en un concepto de mantenimiento de los niveles de calidad ofrecidos en la actualidad por parte de los servicios de información turística de la red de OETs. Es por ello que se requiera implantar un modelo integral de control y seguimiento que cumpla con un doble fin:

- **Análisis de actividad:** realizar un seguimiento exhaustivo y detectar desviaciones sobre las previsiones de actividad del servicio, para evitar con la necesaria anticipación cualquier riesgo de saturación y posibilitar una adecuada planificación y dimensionamiento de fases posteriores.
- **Control de calidad:** asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad definidos.

Para ello, se requiere la puesta en marcha de un modelo de control y seguimiento con actividades y procesos establecidos a tres niveles:

1. **Coordinación y seguimiento de la planificación:** con el fin de realizar un control del cumplimiento de la planificación y evaluar la evolución de los indicadores de seguimiento, se establecerá un modelo de reuniones periódicas a las que asistan los responsables del servicio por parte de la empresa adjudicataria y de SEGITTUR.
2. **Supervisión operativa y control de calidad:** participación activa en el seguimiento y evaluación de la actividad del servicio. Para ello será necesario contar con una ubicación física (puesto de trabajo) a disposición de SEGITTUR en las instalaciones de la empresa adjudicataria, desde la que se pueda tener un control efectivo de la operativa del servicio. Adicionalmente, el adjudicatario deberá garantizar el acceso de SEGITTUR a sus equipos e instalaciones para la realización periódica de controles de calidad en la plataforma y en remoto, a través de escuchas de las conversaciones, supervisión del cumplimiento de los procedimientos de resolución de consultas y encuestas a usuarios del servicio sobre la atención recibida y la calidad de la información proporcionada.
3. **Acceso a informes:** la empresa adjudicataria será responsable de facilitar a SEGITTUR la información necesaria para realizar el seguimiento del servicio. Para ello, se requerirá la existencia de los siguientes procedimientos de control:
  - Estadísticas de actividad del servicio. La empresa adjudicataria deberá habilitar un acceso online para la consulta de los parámetros básicos de actividad del



**SEGITTUR**  
turismo e innovación

servicio, de acuerdo a un modelo de evaluación que se defina y que permita realizar un valoración desde diferentes perspectivas: tipología de consultas, canales de acceso y resolución, país origen e idioma, horarios, agentes,...

*Periodicidad:* acceso online (datos de actividad de día anterior e históricos).

- Informes de seguimiento. La empresa adjudicataria se responsabilizará de la elaboración de una serie de informes en los que se recojan los datos clave sobre la actividad, el seguimiento de la planificación y otros elementos que se consideren relevantes para garantizar un adecuado control del servicio. Dichos informes deberán contar con un nivel de información adecuado y proveer una visión desde las diferentes perspectivas: tipología de consultas, canales de acceso y resolución, origen e idioma, horarios, agentes,...

*Periodicidad:* quincenal (durante la fase piloto) y mensual (en fases posteriores).

- Cuadro de mando. La empresa adjudicataria se responsabilizará del diseño, la elaboración y distribución periódica de un cuadro de mando con indicadores clave de evolución del servicio.

*Periodicidad:* mensual.

Dicho cuadro de mando se elaborará a partir de una serie de indicadores de seguimiento normalizados y auditables desde cualquier esquema o normativa de calidad europea. A tal efecto se han adaptado los indicadores de medida de la norma CRC de Centros de Relación con Clientes que se exponen en el anexo 9.3: "Indicadores de seguimiento". En dicho anexo, se recogen los objetivos de cumplimiento de dichos indicadores para la fase piloto.

La empresa adjudicataria deberá incluir en su oferta una propuesta detallada de procesos de control que puede ofrecer a SEGITTUR, así como de la estructura y contenidos de cada uno de los elementos de soporte definidos (planificación, control de calidad, informes de seguimiento,...).

## **6. OTRAS OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA**

### **6.1 Calidad**

Sin perjuicio de los certificados de seguro de calidad que deben presentar los licitadores, conforme establece el Pliego de Bases, el contratista se compromete a cumplir las normas de calidad vigentes en SEGITTUR para proyectos de características similares al que nos ocupa. Dentro de estas normas, cabe destacar los trabajos relacionados con el seguimiento periódico del proyecto a las que se hace referencia en el capítulo 5.

### **6.2 Documentación de los trabajos**

Como parte de los trabajos objeto del contrato, el adjudicatario se compromete a generar para cada producto obtenido toda la documentación que recoja la Metodología y especificaciones que establezca SEGITTUR. Dicha documentación se realizará de acuerdo a la normativa específica marcada por SEGITTUR en cada caso.



**SEGITTUR**  
turismo e innovación

Durante la ejecución de los trabajos objeto de esta contratación, el adjudicatario se compromete a facilitar a las personas designadas por SEGITTUR toda la información y documentación que éstas soliciten para disponer de un pleno conocimiento técnico de las circunstancias en que se desarrollan los trabajos, así como de los eventuales problemas que puedan plantearse y de las tecnologías, métodos y herramientas utilizados para resolverlos.

Asimismo, deberán incluir en su oferta la designación de la persona o personas que, sin perjuicio de la responsabilidad propia de la empresa, estarán autorizadas para las relaciones con SEGITTUR a efectos del uso correcto del material y de la información a manejar. Se adjuntará una descripción de su perfil profesional, y sólo podrán ser sustituidas con la conformidad del Director Técnico.

### **6.3 Formación**

Será por cuenta y responsabilidad de la empresa adjudicataria la formación y realización de los cursos que se consideren necesarios y convenientes para la correcta prestación del servicio objeto del presente concurso por su personal. La empresa deberá acreditar que cualquier nueva incorporación al equipo del Contact Center así como el personal de apoyo asignado cuentan con la formación y experiencia requeridas para cada perfil profesional según se definen en el anexo 9.2: Descripción de perfiles profesionales. Esta acreditación será formal y requerirá la correspondiente aceptación por parte de SEGITTUR.

Toda la formación para la adaptación al puesto específico del Contact Center que puedan requerir las nuevas incorporaciones al servicio así como el personal de apoyo correrán por cuenta del adjudicatario que deberá acreditar formalmente que el nuevo personal a incorporar ha superado el periodo de formación específico y que es apto para incorporarse al servicio.

La formación necesaria para el personal del Contact Center estará dividida en 4 ejes fundamentales:

- Aspectos de negocio (posición, funciones y objetivos de Turespaña, sector turístico en general, España como destino turístico, productos turísticos ofrecidos en España, etc.)
- Uso de la herramienta CRM
- Procesos de atención al cliente de SEGITTUR (argumentarios, etc.)
- Atención telefónica y uso de herramientas de ofimática

En los tres primeros casos, SEGITTUR proporcionará todo el material de formación a la empresa adjudicataria mientras esta deberá encargarse del material relativo al último punto.

Durante la fase del piloto SEGITTUR realizará la formación en aspectos de negocio, uso de la herramienta CRM y procesos propios de atención al cliente tanto a los agentes y supervisores que se incorporen inicialmente al Contact Center como a los encargados de formar a las futuras incorporaciones. Dichos formadores se encargarán en lo sucesivo de todas las tareas de formación del personal del Contact Center.

El adjudicatario se obliga asimismo a la gestión de la comunicación al equipo del Contact Center de novedades en cuanto a los aspectos de negocio, procesos de atención al cliente o adición de nuevas funcionalidades al servicio.



## 7. ESTRUCTURA DE LAS OFERTAS PRESENTADAS

### 7.1 Propuesta técnica

- Resumen Ejecutivo
  - En este resumen se reflejarán los puntos más representativos de la oferta presentada. Su tamaño no excederá los 10 folios.
  
- Datos Generales
  - Memoria de presentación del proyecto, incluyendo referencias a la realización de trabajos similares y comparación con los mismos.
  
- Modelo operativo
  - Ubicación geográfica para el Contact Center y descripción de las instalaciones donde se realizaría el servicio
  - Dimensionamiento de la estructura de control y supervisión (coordinadores, supervisores, etc.)
  - Dimensionamiento en recursos para cubrir el servicio durante los meses pico y valle para el horario y volúmenes planteados.
  - Plan de contingencia para aumentos puntuales o sostenidos del volumen de contactos sobre estimaciones actuales
  
- Gestión RRHH
  - Proceso y plazos de selección inicial de los recursos a asignar al proyecto.
  - Proceso de selección a seguir para las nuevas incorporaciones.
  - Plan de formación
    - Inicial
      - Agentes
      - Supervisores
    - Periódica para reciclaje o cambios en los contenidos
  
- Control y seguimiento
  - Modelo de seguimiento de actividad del Contact Center (reuniones, comités, etc.)
  - Configuración de informes de control y seguimiento de actividad.
  - Accesibilidad de los informes
  - Sistema de control de actividades sujetas a penalizaciones
  
- Infraestructuras/ Tecnología
  - Descripción de la infraestructura tecnológica utilizada
    - Centralita y resto de equipos de comunicaciones
    - Puesto de trabajo
    - Otros
  
- Comunicaciones
  - Descripción de la solución adoptada para el enlace de datos entre el CPD de SEGITTUR y el Contact Center



- Descripción de la solución adoptada para los contactos telefónicos para los 2 modelos descritos en cada país
- Planes de implantación
  - Plan de puesta en marcha
  - Plan de ampliación de cobertura del Contact Center
  - Plan de contingencia ante aumentos sustanciales del volumen de tráfico (hasta un 100% de aumento) en los idiomas

## 7.2 Información económica adicional

- En relación con la oferta económica, se deberá adjuntar a la oferta técnica un informe que deberá contener, al menos, los conceptos detallados a continuación con la valoración económica de cada uno de ellos, donde los precios se indicarán en euros y no serán susceptibles de modificación, cualquiera que fuese la causa, señalándose de forma independiente cada uno de los elementos facturables dentro del global de la oferta. En este precio se considerarán incluidos todos los gastos precisos para la ejecución de los trabajos objeto del contrato, así como los impuestos y gravámenes de todo tipo fiscal, especialmente el Impuesto sobre el Valor Añadido, el cual figurará desglosado como partida separada en el importe total de la oferta.. Se valorará el detalle y la exhaustividad<sup>1</sup>
- En caso de que se efectúen descuentos, éstos deberán aparecer concretados en la oferta, en la que se especificará el precio de cada elemento una vez aplicado el descuento

### 7.2.1 Implantación y puesta en marcha

En este apartado se deberá especificar el coste de implantación y puesta en marcha del Contact Center y comenzar su funcionamiento de acuerdo con el plan de implantación aportado por el adjudicatario:

- **Desarrollos y puesta en marcha:** valoración económica de todos los desarrollos necesarios para poner en marcha la infraestructura tecnológica del Contact Center (programación ACD, IVR, soporte a la integración CTI y licencias del conector CTI, configuración de equipos, etc.)
- **Infraestructuras:** valoración de todos los equipos y material necesario para el trabajo de los agentes y supervisores con los requerimientos especificados anteriormente (ordenadores, licencias, teléfonos, etc.). Nota: dentro de este concepto será necesario incluir un puesto de trabajo adicional para el responsable del Contact Center de SEGITTUR
- **Infraestructura de comunicaciones:** valoración de equipos de comunicaciones adicionales y alta de los diferentes servicios de transmisión de voz/datos (líneas punto a punto, líneas telefónicas y números internacionales) necesarios
- **Otros:** cualquier otro concepto necesario para la puesta en marcha del Contact Center no incluido en los epígrafes anteriores

### 7.2.2 Gestión y ejecución del servicio

Valoración económica de los recursos humanos necesarios para la gestión y ejecución del servicio. La oferta económica deberá estar desglosada por puesto e idiomas. Se deberá especificar el precio unitario de una hora hombre y el total necesario para un mes de servicio (suponer 4.33 semanas por mes) tanto en meses valle como meses pico (ver anexo 9.1:

<sup>1</sup> No será necesario incluir en el informe conceptos no facturados de manera separada



# SEGITTUR

turismo e innovación

“Análisis de actividad” para detalle de volúmenes) así como el total del proyecto. Asimismo, será necesario también especificar el número de personas necesarias para cada idioma y puesto.

Precio por hora hombre, dedicación por recurso y coste mensual para los siguientes puestos:

- **Responsable de cliente** (en caso de ser facturado independientemente)
- **Supervisor**
- **Agente** (detalle por idioma)
  - Inglés
  - Francés
  - Alemán
  - Italiano
- **Otros:** cualquier otro perfil involucrado en la actividad del Contact Center
- **Formación:** precio unitario y horas necesarias de formación inicial y formación de formadores
- **Campanías de Marketing** (paquete de horas para acciones outbound)

Debido a la naturaleza variable del servicio y el entorno piloto en que se desarrolla el proyecto, se solicita adicionalmente un plan de contingencia ante variaciones sustanciales (tanto aumentos como disminuciones) del volumen de contactos y la correspondiente desviación en recursos humanos y precio que implicaría su ejecución.

Se valorará positivamente la exhaustividad y claridad en las ofertas puesto que el servicio escalará su cobertura a lo largo de los 2 años posteriores al comienzo de actividad.

### 7.2.3 Infraestructuras y comunicaciones

Valoración económica del mantenimiento de las infraestructuras tecnológicas y físicas necesarias para la actividad del Contact Center así como de la infraestructura de comunicaciones implantada para la transmisión de datos entre las instalaciones de la empresa adjudicataria y el CPD donde se ubique el servidor CRM. También habrá que valorar el coste en telefonía asumido por SEGITTUR; se valorará muy positivamente la presentación de soluciones para todos los países susceptibles de recibir el servicio del Contact Center.

- **Infraestructuras físicas y tecnológicas** (en caso de ser facturado independientemente)
  - Mantenimiento
    - Infraestructura tecnológica (centralitas, etc.)
    - Puestos
    - Otros
  - Renovación de licencias
  - Grabación de llamadas
    - Grabación bajo demanda de los consentimientos de los clientes para el registro y utilización de los datos
    - Almacenamiento de las grabaciones durante un mes.
    - Traspaso mensual de las grabaciones en formato magnético a SEGITTUR.
- **Estructura de comunicación entre el Contact Center y el CPD de SEGITTUR**
  - Mantenimiento de los equipos y líneas de comunicación (en ambos extremos)
- **Estructura de telefonía**
  - Mantenimiento de las líneas telefónicas necesarias para el servicio (accesos primarios, etc.) y de los número internacionales contratados en cada país
- **Coste en llamadas**
  - Establecimiento de llamadas y coste por minuto para cada una de las configuraciones propuesta en todos los países con cobertura



**SEGITTUR**  
turismo e innovación

#### 7.2.4 Informes de actividad

Valoración económica de la captura de indicadores y elaboración de los informes de actividad descritos en el punto de control y seguimiento así como de su accesibilidad a través de un portal Web. En caso de existir varias posibilidades para la accesibilidad de los informes, se ruega realizar la evaluación de costes en caso de no estar incluidos en el precio estipulado.

#### **7.3 Prestaciones superiores o complementarias a las exigidas**

Se puede indicar en este apartado las prestaciones superiores propuestas por el licitador, siendo opcional por la Dirección Técnica del proyecto la aceptación de las mismas.

#### **7.4 Otros**

Cualquier otro concepto no incluido en los apartados anteriores

### **8. ADJUDICACIÓN**

Los criterios objetivos que han de servir de base para la adjudicación del concurso son los que figuran en el Pliego de Bases.

**POR SOCIEDAD ESTATAL PARA LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LAS  
TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS, S. A.**

**EL DIRECTOR DE MARKETING**

**Firmado: Juan Guerrero Righetto**

**Fecha: 1 de abril de 2008**



## 9. ANEXOS

### 9.1 Análisis de actividad

#### 9.1.1 Volumen de actividad

Estimación del volumen anual de consultas recibidas por teléfono y correo electrónico en las distintas oficinas susceptibles de recibir servicio del Contact Center en inglés, francés, alemán e italiano. Para fases posteriores podría contemplarse la ampliación del servicio a otros idiomas.

País	Idioma	Teléfono	E-mail	Total
Reino Unido	Inglés	17,500	17,500	<b>35,000</b>
Irlanda	Inglés	2,500	3,000	<b>5,500</b>
Francia	Francés	18,000	5,000	<b>23,000</b>
Alemania	Alemán	11,000	15,000	<b>26,000</b>
Italia	Italiano	14,500	22,500	<b>37,000</b>
Austria	Alemán	5,000	1,500	<b>6,500</b>
Suiza	Alemán	8,000	1,500	<b>9,500</b>
	Francés	1,500	1,000	<b>2,500</b>
EEUU	Inglés	38,000	31,000	<b>69,000</b>
Canadá	Inglés	11,000	1,500	<b>12,500</b>
	Francés	4,000	1,000	<b>5,000</b>

#### 9.1.2 Estacionalidad del servicio

El volumen de contactos recibidos en el Contact Center mostrará una fuerte estacionalidad dado que la actividad turística en nuestro país se concentra en verano y la mayoría de las solicitudes de información son realizadas en los meses previos al viaje. Se estima que los meses de marzo a junio serán los de mayor tráfico durante el año si bien no es posible cuantificarlo de manera precisa.



## 9.2 Descripción de perfiles profesionales

Supervisor	
Funciones	Perfil
<ul style="list-style-type: none"><li>• Seguimiento de la actividad diaria con el objeto de cumplir los objetivos</li><li>• Identificación y consiguiente corrección de desviaciones (anticipación a problemas, valoración de cargas, resolución de problemas...)</li><li>• Comunicación a los agentes de: nuevas campañas, productos, servicios, cambios de políticas internas...</li><li>• Gestión del proceso de selección y contratación</li><li>• Gestión del plan de formación inicial y continua</li><li>• Evaluación de desempeño de los agentes tanto para el control de calidad, como para la motivación del equipo</li><li>• Propuesta de nuevos contenidos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Titulación: Diplomatura Universitaria, preferiblemente en Turismo.</li><li>• Experiencia: Mínima de 2 años en puesto de supervisión en Call o Contact Center relacionados con servicios de atención al público, preferiblemente en sector turismo y transporte.</li><li>• Otros conocimientos:</li><li>• Idiomas: Bilingüe (Español más dos de los siguientes: Inglés, Francés, Alemán)</li><li>• Ofimática: Microsoft Office, Internet</li><li>• Competencias: Capacidad de comunicación, Visión de conjunto, Solución de problemas, Organización y método, Gestión de recursos y dirección de personas, Capacidad de liderazgo, Iniciativa, Orientación al cliente</li></ul>

Agente	
Funciones	Perfil
<ul style="list-style-type: none"><li>• Recepción de llamadas, emails y cartas para la resolución de solicitudes de información y asesoramiento al cliente</li><li>• Registro, tipificación y actualización de todos los datos de los usuarios y de los contactos mantenidos con estos</li><li>• Gestión de incidencias y reclamaciones de los usuarios relacionadas con el servicio de información</li><li>• Emisión de llamadas, emails y cartas para la realización de actividades proactivas:</li><li>• Encuestas (de satisfacción, conocimiento de usuarios...)</li><li>• Campañas y promociones para la captación de turistas</li><li>• Recopilación y preparación de información turística a distribuir a los usuarios a través de canales online</li><li>• Propuesta de nuevos contenidos en función de las necesidades detectadas en los usuarios</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Titulación: Bachillerato o equivalente, se valorará candidatos cursen o que posean la Diplomatura Universitaria, preferiblemente en Turismo.</li><li>• Experiencia: Mínima de 6 meses en puestos relacionados con servicios de atención al público, preferiblemente en sector turismo y transporte.</li><li>• Idiomas: Bilingüe (Español más uno de los siguientes: Inglés, Francés, Alemán)</li><li>• Conocimiento muy profundo de España y su cultura, costumbres, geografía, etc.</li><li>• Preferiblemente conocimiento en aplicaciones de búsqueda y gestión de reservas</li><li>• Ofimática: Microsoft Office, Internet</li><li>• Competencias: Capacidad de comunicación, Capacidad de aprendizaje, Búsqueda de información, Orientación al cliente, Organización y método, Iniciativa</li></ul>



### 9.3 Indicadores de seguimiento

INDICADORES SEGITTUR		
<b>A- ACCESIBILIDAD</b>		
	A.1. Disponibilidad y acceso al CRC	.Llamadas perdidas: % de llamadas perdidas o no atendidas (<5%).
	A.2. Agilidad en el contacto	.Tiempo de respuesta: % de llamadas atendidas en menos de 20 seg. (>85%). .Tiempo medio por operación: duración del contacto telefónico (<4 min). .Tiempo máximo de resolución para consultas a través de email/web: número máximo de horas para el tratamiento y envío de respuesta (<24 h.).
	A.3. Tratamiento automatizado a través del IVR (si existe)	.Abandono en IVR: % de llamadas abandonadas en el IVR (<5%).
<b>B- GESTIÓN Y RESOLUCIÓN DE INTERACCIONES</b>		
	B.1. Comunicación positiva y adaptada	.Valoración de calidad de conversaciones (modelo a definir): % valoraciones Satisfactorio/ Muy satisfactorio (>85%).
	B.2. Tratamiento de solicitudes de información, modificación y queja / reclamación	.Cumplimiento procedimiento específico de resolución: % de contactos resueltos siguiendo procedimiento (>90%). .Resolución directa (sin escalaciones a OETs/backoffice): % de consultas resueltas en el primer nivel de atención (>90%). .Reclamaciones / quejas / modificaciones: % de quejas/reclamaciones sobre el servicio (<2% sobre total contactos). .Gestión de información de clientes y consultas: % de consultas con recopilación de información mínima exigida (>90%). .Contactos electrónicos: % de contactos resueltos mediante el empleo de canales electrónicos (email, web,..) (>50%). .Concreción de la solución: nº de folletos/materiales enviados para la resolución de consulta (a definir).
	B.3. Solución en primer contacto	.Solicitudes de información al primer contacto: % de consultas resueltas en primer contacto (>85%). .Seguimiento específico de llamadas sobre el mismo motivo para valoración de evolución. .Seguimiento de incidencias y reclamaciones: % de incidencias con llamadas de seguimiento de resolución (<5%).
<b>C- PERSONAL Y RECURSOS</b>		
	C.1. Proceso de selección	.Seguimiento periódico de la evolución del proceso de selección: cumplimiento de las fechas previstas de incorporación.
	C.2. Proceso de formación inicial	.Seguimiento del proceso, supervisión de los materiales, y control del cumplimiento de objetivos: sesiones y horas de formación por agente (a definir).
	C.3. Proceso de formación continua	.Supervisión del proceso, supervisión de los materiales, y control del cumplimiento de objetivos: sesiones y horas de formación por agente (a definir).
	C.4. Índice de rotación del servicio CRC	.Grado de rotación del equipo: % de recursos que abandonan el servicio durante un periodo de seguimiento anual (<10%).
	C.5. Plan de contingencia	.Seguimiento del proceso y validación de indicadores propuestos para cada caso que se plantee (a definir).
<b>D- MEDICIÓN DE LA CALIDAD Y MEJORA CONTINUA</b>		
	D.1. Medición del nivel de calidad del servicio	.Realización de escuchas de evaluación de calidad (parametros a definir). Valoraciones positivas (>85%).
	D.2. Medición y seguimiento de la percepción del cliente	.Realización de encuestas periódicas a definir. Valoraciones de Satisfecho/Muy satisfecho (>85%).
	D.3. Evaluación de la calidad objetiva	.Realización de escuchas de evaluación de calidad (parametros a definir). Valoraciones positivas (>85%).
	D.4. Análisis permanente de los niveles de calidad del servicio y mejora del servicio	.Análisis de tendencias en base mensual (hasta alcanzar el nivel mínimo o recuperarlo si se pierde) o trimestral (una vez alcanzado o recuperado) para mantener concienciación y pulso real de la situación.
<b>E- ENTORNO DE TRABAJO</b>		
	E.1. Entorno para equipos de trabajo	.Medición de clima laboral. Encuesta a agentes (a definir contenidos y frecuencia). Valoraciones satisfactorias (>85%).
	E.2. Disponibilidad de posiciones / puestos físicos	.Valoración de disponibilidad de agentes: horas/hombre de disponibilidad en el servicio. .Índice de disponibilidad (70% del tiempo de trabajo de cada agente)