

**ANEXO 2**  
**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS-**  
**CONDICIONES DEL SERVICIO-GRUPO 1-CONTACT CENTER**

**Asunto:** Invitación pública para prestar servicios de contacto al usuario final, a través de los canales telefónico, virtual y presencial, para facilitar el acceso a la información, promoción y vinculación al portafolio de servicios de la entidad, bajo la modalidad de outsourcing.-3000000387

El proponente **debe allegar el presente anexo, diligenciado y firmado por el representante legal mediante el cual acepta y garantiza el cumplimiento de todas las condiciones descritas en este**, en caso de que llegue a adjudicársele el contrato respectivo.

### **CONFIDENCIALIDAD**

El OFERENTE se obliga a no divulgar a terceros, parcial o totalmente, el contenido de este documento y sus anexos, cualquier dato o información conocida durante la evaluación o ejecución de este proceso, o posterior a la terminación del mismo, sin autorización expresa de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Respecto a la propiedad intelectual e industrial relacionada y sin limitarse a los diseños, desarrollos y definiciones que resulten de los servicios que son el objeto de la presente documento, EL OFERENTE, así como sus afiliadas o subsidiarias, reconocen y aceptan la propiedad exclusiva sobre los mismos y el derecho a la explotación de los mismos que tiene la Cámara de Comercio de Bogotá, sea que se encuentre o no registrada y, en consecuencia, EL OFERENTE no podrá registrar a su nombre ninguna propiedad intelectual o industrial relacionada directa o indirectamente con los servicios que son objeto de la presente documento, ni tampoco podrá utilizar los diseños y desarrollos, elaborados como resultado del mismo sin la previa y escrita autorización que para tal caso imparta la Cámara de Comercio de Bogotá.

EL OFERENTE no podrá hacer uso o referencia del nombre y marcas comerciales propiedad de la Cámara de Comercio de Bogotá en ningún tipo de publicación o difusión pública promocional, publicitaria o institucional sin la previa autorización escrita de la Cámara de Comercio de Bogotá.

### **OBJETIVO GENERAL**

La Cámara de Comercio de Bogotá seleccionará un OFERENTE (o varios) que aporte(n) sus conocimientos y experiencias para la prestación de los servicios del Contact Center, el cual debe articularse con la estrategia de nuestro negocio, definida en términos de garantizar la mejor experiencia de nuestros clientes, brindando facilidad y acceso, acompañamiento y asesoría, homogeneidad y valor a su negocio. Para ello se deben establecer y mantener los niveles de atención y de servicio, así como de calidad, incluyendo una adecuada plataforma tecnológica y el personal calificado, acordes a las exigencias de la entidad.

EL OFERENTE tendrá autonomía técnica, administrativa y financiera, y asegurará la disponibilidad y continuidad permanente de los servicios del Contact Center. Entregando

información cualitativa y cuantitativa pertinente para la gestión de contactos e inteligencia de negocios.

Sin obligación por parte de la Cámara de Comercio de Bogotá de entregar explicaciones a las empresas que den respuesta a esta invitación y/o solicitud de ofertas, la Cámara de Comercio de Bogotá se reserva el derecho de adjudicar total, parcialmente o no adjudicar ítem alguno de los mencionados en este documento, si a su parecer y conveniencia ninguna de las propuestas satisface sus necesidades, técnicas, económicas, de metodología o de cualquier índole. Sin embargo, el oferente deberá entregar la cotización de todos los servicios presentados en este documento.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Garantizar la calidad, amabilidad y oportunidad en la atención e información de clientes en la línea de servicio sin importar el canal a través del cual se realice el contacto.
- b. Facilitar a los clientes la comunicación de doble vía con la organización, mejorando las relaciones y el conocimiento de los mismos.
- c) Generar una base de prospectos como apoyo a la gestión comercial del portafolio de productos y servicios de la CCB, así como brindar información especializada.
- d) Administrar agendas de asesores de negocios para el establecimiento de citas con los clientes identificados en las zonas de Bogotá y su región.
- e) Brindar atención preferencial a grupos específicos de clientes (Círculo de Afiliados, Foro de Presidentes, Junta directiva, sectores relevantes en la economía y otros segmentos que se definan).
- f) Generar la información necesaria para mantener un control sobre la administración y gestión del Contact Center a través de cada canal a cargo.
- g) Capturar información sobre los usuarios del Contact Center y emplearla para el siguiente contacto del cliente sin importar que este se dé a través de otro canal.
- i) Maximizar, potencializar y dinamizar el uso del IVR como herramienta de autogestión.
- j) Auditar mensualmente respuestas a Sugerencias, Quejas y Felicitaciones a través del CRM de la Cámara.
- k) Realizar los desarrollos que se identifiquen para la ejecución y optimización de los servicios de todos los canales de contacto.
- l) Garantizar la adecuada prestación del servicio identificando eficiencias en la operación.
- m) Garantizar el espacio físico, equipos y software necesarios para el personal que soportara las líneas de atención y servicio al cliente.

- o) Garantizar los estándares de calidad de acuerdo con lo definido por la cámara para el desempeño de los agentes del Contact center.
- p) Garantizar la disponibilidad del servicio para el contacto con el cliente y los canales, en el horario de atención establecido por la cámara.
- q) Desarrollar diferentes tipos de campañas de salida, buscando efectividad en el contacto.

## I. SERVICIOS DE NEGOCIO

### 1. Modelo de servicio y operación

El oferente deberá estar en la capacidad de prestar todos los servicios descritos a continuación bajo el modelo de servicio y operación requerido por la Entidad. Los servicios que se describen a continuación se prestan actualmente bajo la operación de la campaña CCB, no obstante, el oferente deberá estar en capacidad de incluir servicios nuevos al negocio, según las necesidades que vayan surgiendo, para lo cual entre LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y el OFERENTE, se definirán los ajustes correspondientes que se requieran para su implementación. El Oferente deberá asesorar según las mejoras prácticas que maneje, nuevas tendencias del mercado, etc., la mejor forma de implementar un servicio nuevo, siempre teniendo en cuenta la satisfacción de los clientes y la eficiencia en el manejo del negocio.

#### 1.1. Gestión INBOUND

Para satisfacer las necesidades de información de las diferentes audiencias de la Cámara de Comercio de Bogotá cuenta con una línea de atención al cliente, el Número telefónico inteligente es el 3830330 y un numeral corto #383 a través de los operadores Tigo, Movistar y Claro para llamadas desde dispositivos móviles.

Los empresarios del Círculo de Afiliados (clientes VIP) y los miembros de junta directiva pueden tener atención preferencial marcando al mismo 3830330 a través de la identificación mediante el NIT o Cedula, caso en el cual se debe activar la grabación y hacer uso del guion preferencial.

Las personas que llaman al Conmutador general de la CCB (3830300 o 5941000) tienen la opción de comunicarse con la Línea de atención, mediante la transferencia de llamada por un número de extensión directa, en caso que sea un miembro del Círculo de Afiliados (segmento VIP) se transfiere directamente para que la llamada sea atendida por un agente.

En caso de no poder responder alguna solicitud de información por su nivel de complejidad, por parte de los agentes del Contact center, estos tienen la posibilidad de tomar los datos para que en caso de que sea una consulta jurídica sea tratada en máximo 24 horas por los auxiliares jurídicos de la Cámara, dispuestos para tal fin y sean ellos quienes se comuniquen

con el cliente para atender la consulta. Para las consultas relacionadas con los sectores relevantes de la economía se utiliza un segundo nivel de escalamiento para que el Asesor Especializado en temas sectoriales gestione su solución.

### 1.1.1 Servicios INBOUND

Actualmente a través de línea de atención del Contact Center se prestan los siguientes servicios:

- a) Sistema IVR con información general y especializada sobre los productos y servicios de la entidad, funciona las 24 horas 7 días a la semana y tiene posibilidad en todos los niveles de consulta para comunicarse con un Agente en horario habitual.
- b) Atención telefónica a través de agentes para brindar información general y especializada sobre los productos y servicios de la Entidad.
- c) Registro de las Sugerencias, Quejas o Felicitaciones de los clientes en el CRM de la Cámara.
- d) Soporte y acompañamiento a Clientes en algunas transacciones por Internet y otros productos.
- e) Registro e Inscripción a eventos.
- f) Captura y verificación de datos de clientes para actualización, conocimiento y gestión de inteligencia de negocios.
- g) A partir de solicitud del cliente de ampliación de información, opción de envío de e-mail.
- h) Servicio de Call me Back.
- i) Apoyo Comercial de Clientes Interesados o Potenciales: Gestionar llamadas de clientes interesados en algún servicio del portafolio de la Cámara, brindando la información necesaria y de ser oportuno vincular y cerrar la venta del producto o servicio de interés.
- j) Soporte a Clientes: que están realizando operaciones por Internet en las páginas y en la tienda virtual de la CCB.
- k) SQYF: Recepción y gestión a las Sugerencias, Quejas y Felicitaciones para la CCB y sus filiales.

En relación con los servicios anteriores, la Línea de Atención entregará información a nuestras áreas internas, tales como;

- a) Generación de informes de gestión por tipificación de consultas con recomendaciones para el mejoramiento de los servicios que ofrece este canal a los clientes.
- b) Levantamiento de preguntas frecuentes sobre los productos y servicios como consulta y levantamiento de bibliotecas de información para enviar a las áreas, a fin de que estas

puedan utilizar la información para unificar la información brindada a nuestros clientes, así como proponer mecanismos eficientes de los servicios.

### 1.1.2. Generalidades INBOUND

Para la gestión de Inbound, el servicio personalizado está disponible de lunes a viernes de 8:00 am a 6:00 pm y los sábados de 9:00 am a 1:00 pm en temporada normal jornada continua. Para la época de alto flujo o por necesidades puntuales de la organización los horarios se pueden llegar a ampliar según necesidades de servicio y previa autorización de la CCB. El servicio de IVR tiene disponibilidad 24 horas 7 días a la semana.

La información relacionada con los servicios que atiende la Cámara, tienen la siguiente estructura:

- a) Línea de negocio de Registros públicos: corresponden a información sobre trámites de los registros públicos, tales como registro mercantil, de proponentes, de entidades sin ánimo de lucro, registro nacional de turismo, registro inmobiliario y otros trámites que se incorporen. Las consultas relacionadas con los registros públicos corresponden al 70% del total de las llamadas recibidas, entre los servicios más consultados están las matrículas, renovaciones, valores a pagar, trámites, consultas a la base de datos de los registros, estado de trámites por inscripción de documentos, entre otros).
- b) Línea de Fortalecimiento empresarial: corresponde a información de productos y servicios desarrollados para apoyar a los empresarios y emprendedores, tales como autodiagnósticos, ruta de servicios, información sobre capacitación empresarial, bases de datos, consultoría, ferias, ruedas de negocio, entre otros.
- c) Centro de Arbitraje y Conciliación y amigable composición y servicios de solución de controversias: corresponde a información de requisitos, tarifas, proceso para acceder a los servicios y sedes comunitarias del CAC (Centro de Arbitraje y Conciliación).
- d) Línea de Competitividad y valor compartido: corresponde a información principalmente de los sectores e iniciativas Clúster que apoya la cámara.
- e) Línea Articulación público privada: Información y conocimiento del entorno empresarial en la ciudad y región.
- f) Información de otros servicios de la entidad: información sobre salones y auditorios, horarios, ubicación de sedes y otros servicios de la CCB.
- g) Servicio a clientes VIP (Afiliados): Atención preferencial para afiliados (actualmente contamos con 13.500 afiliados), con información general y especializada de todos los servicios de la entidad, así como solicitudes de servicios tales como bases de datos, consultas de carnets, eventos especiales, beneficios de la afiliación, descuentos en productos y servicios de la entidad, entre otros. Estos Afiliados deben tener prioridad en la línea de atención y en el IVR, a través de la identificación por NIT, Matricula o Cedula y con atención directa por agente.
- h) Registro e Inscripciones a Eventos: Para los diferentes eventos que se realizan la CCB promociona el número de la Línea atención. Los agentes pueden recibir inscripciones y registrarlas en un formulario predeterminado a través de la página web de la CCB o en dado caso recibir, registrar y llevar el control de inscritos cuando la CCB así lo estipule.

### 1.1.3. IVR

El IVR se comunica con los servicios de SIREP2 (Sistema de Registros Públicos) a través del Web Service, para lo cual valida la información por diferentes parámetros como número de NIT

o cédula, (la información técnica y funcional de estas consultas se aclararán y definirán con el Oferente seleccionado.

El menú principal actualmente presenta las siguientes opciones:

- a) Información sobre Liquidación de Renovación tarifas, liquidación de valor a pagar (Requiere comunicación con el Sistema de Registro de la CCB).
- b) Trámites para constitución y formalización de empresas (Como matricular: persona natural, persona jurídica, establecimiento de comercio.
- c) Inscripción de Registro mercantil, proponentes y Esales
- d) Información sobre el circulo de afiliados
- e) Información sobre eventos gratuitos, publicaciones y bases de datos empresariales
- f) Otros servicios de la entidad como: Sedes, horarios, y puntos Biblioteca
- g) Asistencia en servicios virtuales.

**Generalidades IVR:**

- a) Es el punto inicial de llegada para el cliente y a través de su navegación se cuenta con la opción de comunicación con un agente. Debe ser dinámico y flexible para adaptarse a la necesidad de la Entidad y de los clientes.
- b) Actualizaciones IVR: El sistema IVR necesita de actualizaciones periódicas respecto a las tarifas y mensajes ocasionales respecto a productos o servicios o cambios en la información, para ello se requiere la disponibilidad de la infraestructura necesaria para realizar la grabación con recursos del OFERENTE (Cabina de Grabación, Voz, etc.) y el OFERENTE deberá garantizar realizar cambios puntuales en tiempos de entre 1 y 5 días calendario dependiendo de su complejidad.
- c) Priorización de atención a segmentos específicos de clientes, identificando el contacto y transferencia de llamada al agente, desde la integración con el CRM de la CCB.
- d) Atención de servicios transaccionales existentes como, consulta del valor a pagar o consulta del estado de trámite de un documento, e Inclusión de nuevos servicios transaccionales como: Solicitud de certificados para afiliados, consulta de NIT, Confirmación si una empresa está matriculada, etc. Y otros que se requieran adaptar de acuerdo con las necesidades del negocio.
- e) Se requiere contar con informes de la trazabilidad del cliente en el IVR y monitoreo del mismo de manera permanente, para lo cual se definirán indicadores que se acordarán con el OFERENTE seleccionado.

## 1.2. GESTIÓN OUTBOUND

La Cámara de Comercio de Bogotá se apoya en gestión Outbound con el objetivo de contactar proactivamente a los clientes para lograr un resultado efectivo dependiendo del tipo de campaña, obteniendo altos niveles de satisfacción y resultados para los clientes internos (áreas solicitantes del servicio) y externos.

### 1.2.1. Tipos de campañas que se adelantan en la entidad:

El horario habitual para la realización de las campañas de Outbound es de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. sin embargo, pueden existir campañas que, por su importancia,

requieran gestión los sábados o en horarios no habituales de atención, para lo cual se fijaran acuerdos entre las partes.

Los tipos de campañas que realizamos actualmente son:

- a) Cobranza: Llamadas para recordación de pago de renovaciones de los registros mercantil, proponentes y entidades sin ánimo de lucro, afiliación y en general del cumplimiento de obligaciones con el Estado y con la misma entidad. El objetivo es lograr el pago en los tiempos establecidos.
- b) Agendamiento de citas, se realizan campañas específicas de agendamiento según necesidades para información y vinculación al portafolio de servicios de la entidad, así como citar para renovaciones asistidas, visitas de promotores y otros en los que se pueda necesitar.
- c) Vinculación, comercialización y cierre de negocios: para contactar clientes y prospectos para la fuerza comercial, interesados en los servicios del portafolio de la CCB.
- d) Convocatoria y confirmación a Eventos: Gestión comercial a través de llamadas de salida para contactar clientes y prospectos interesados en participar en los diferentes eventos con costo o gratuitos que programa la entidad. El objetivo es lograr asistencia.
- e) Investigaciones: llamadas para aplicación de encuestas cortas para temas específicos.
- f) Campañas IVR de salida (grabaciones por robot), con mensajes cortos.
- g) Actualización de bases de datos: Llamadas con el fin de confirmar datos de cargos, direcciones y teléfonos, entre otros, de los diferentes contactos de las empresas
- h) Auditoría a Sugerencias, Quejas y Felicitaciones para conocer la calidad de las respuestas y atención de insatisfacciones mediante llamadas telefónicas a clientes que han registrado contactos, haciendo una encuesta con el fin de evaluar su satisfacción con respecto a la respuesta dada por la CCB, las respuestas se radicarán en el aplicativo diseñado y provisto por la CCB.
- i) Otras tipologías de campañas que se puedan presentar de acuerdo con las necesidades de las líneas de acción de la CCB.

### 1.2.1. Generalidades de Operación Outbound

La CCB selecciona y entrega para cada telemarketing la solicitud con los datos necesarios de la campaña a realizarse, el guion y la base de datos a gestionar. Con esta información, el OFERENTE debe estimar el costo de la campaña, con el fin de que la CCB determine y autorice la forma de facturación para dar inicio a la campaña.

Es importante especificar que todos los telemarketing tienen diferente cantidad de registros y no tienen una periodicidad exacta. El OFERENTE atiende de manera inmediata cada requerimiento y establece en conjunto con la CCB la duración de la campaña y número de agentes a gestionarla.

Actualmente se tiene establecido un tiempo de 3 días para el montaje de la campaña, con el fin de que el OFERENTE diseñe y estructure los recursos tanto tecnológicos, de personal e infraestructura entre otros, necesarios para la gestión de telemarketing; sin embargo, el

oferente deberá estar en capacidad de iniciar una campaña antes de 24 Horas, según las necesidades de la Cámara.

### 1.3 SERVICIOS VIRTUALES DE SOPORTE

Se administran y gestionan los servicios de Chat, contáctenos y llamada virtual. El servicio de chat se atiende en su mayoría por los agentes, sin embargo para consultas de chat especializados (asesoría virtual de actas, proponentes, consultas de la biblioteca de la CCB), estos se escalan para que sean atendidos por un asesor de CCB, algunos se hacen en línea y otros para dar respuesta en 24 horas máximo.

#### 1.3.1 Generalidades Servicios Virtuales

- a) Atención y respuesta a contáctenos: la CCB a través de la página web recibe consultas y solicitudes de clientes a través del servicio denominado contáctenos o escribanos. En el link de Escribanos que se encuentra en el portal de Internet [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co), el cliente relaciona una consulta y esta es dirigida a un grupo de agentes que dan respuesta por medio de la plataforma de CRM de la CCB. Se acumula el conocimiento y en la medida en que las preguntas son frecuentes se generan respuestas estándar. Las consultas muy puntuales que requieren la participación de áreas de la CCB, se escalan a dichas áreas para respuesta y el Contact center debe hacer seguimiento de las mismas.

Se deben atender los Contáctenos que ingresen a través del portal CCB y de portales especializados de la entidad a través de la plataforma CRM dispuesta para tal fin.

Para la administración de estos contáctenos: se requiere que el contact Center siga la trazabilidad, controlar la gestión y tratamiento de los contáctenos que ingresen desde los portales de la CCB, garantizando controles de calidad de respuesta, tiempos, control de transferencia y cierre de consultas, base de conocimiento, etc.

- b) Servicio de chat y llamada virtual desde los portales de la CCB, para ser atendidos por agentes del Contact center con un perfil específico. Estos servicios deben tener igual tratamiento que las llamadas en relación con calidad, tipificación, control de tiempos, colas, etc.
- c) Web Collaboration: Soporte a Clientes en tiempo real, permitiendo a los agentes conectados on line a través del chat, la guía y acompañamiento al usuario en la navegación de un sitio Web, para dar solución de forma inmediata a las necesidades presentadas por ellos.
- d) Atención por video llamadas, asesoría no presencial a los usuarios, para lo cual se debe contar con la red e infraestructura adecuada, asegurando una comunicación fluida.

### 1.4 PROCESOS

Para iniciar con la operación, el OFERENTE validara los servicios de negocio descritos por la CAMARA en el capítulo I. El OFERENTE deberá analizar las características de estos servicios y los nuevos que se puedan presentar, para lo cual colocará a disposición sus ventajas de

tecnología de información y comunicaciones garantizando la calidad y oportunidad en el servicio. Además, podrá proponer cambios que podrían ser relevantes para el mejoramiento continuo del negocio, tales como nuevas soluciones para un tipo de contacto, canales alternativos de atención, etc.

En cuanto al desarrollo de infraestructura (por Ej.: tecnología, instalaciones y equipos) y los requisitos de gestión, de mano de obra, de capacitación necesarios para gestionar la operación o nuevos procesos que se establezcan, estos no podrán ser puestos en funcionamiento sin la evaluación y aprobación de la Cámara de Comercio de Bogotá.

#### 1.4.1 Implementación de nuevos procesos

La Cámara de Comercio de Bogotá realiza campañas comerciales y/o de servicio por medio de la línea de atención al cliente, para las cuales el OFERENTE debe ser capaz de responder a las nuevas solicitudes, a nivel de agentes y de procesos, garantizando el cumplimiento eficiente de los objetivos de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ así:

Definición de los requisitos y objetivos del cliente.

Garantía de que los procesos tienen la capacidad de cumplir con los requisitos y objetivos del cliente según los parámetros establecidos por Planeación Calidad y Control.

Creación de cronogramas para las necesidades logísticas como: instalación de puestos, desarrollo de software y vínculos de datos, contratar y/o capacitar personal.

Realización de auditorías que aseguren que los procesos están bajo control y para verificar que el nuevo producto o programa cumple los requisitos de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, además de una prueba en vivo del 100% de las funcionalidades operativas, de control y reportes.

Seguimiento conjunto entre el OFERENTE y la CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, para garantizar el cumplimiento de los objetivos.

#### 1.4.2 Control de procesos

El propósito del control de procesos es asegurar que los clientes perciban una experiencia única y consistente (es decir, nivel de servicio, calidad y tiempo promedio de llamada) y que los nuevos procesos, se ejecuten con el menor impacto.

EL OFERENTE deberá documentar e implementar los procesos que se realicen al interior del Contact Center para la prestación de los servicios establecidos por la Cámara de Comercio de Bogotá, asimismo deberá documentar los nuevos servicios a desarrollar antes de su implementación y las actualizaciones y cambio de políticas, de tal manera que se cumplan eficientemente y de manera estandarizada los procesos establecidos.

Todos los procesos claves de la operación, deberán realizarse y aprobarse según la metodología establecida por La Cámara de Comercio de Bogotá.

EL OFERENTE debe garantizar que los procesos de operación del Contact Center cumplan con los requisitos y objetivos de La Cámara de Comercio de Bogotá y con las expectativas de los clientes.

EL OFERENTE debe entregar a la Cámara de Comercio de Bogotá en medio magnético, toda la documentación de los procesos desarrollados al interior del Contact Center, así como las actualizaciones, en las fechas en que la Cámara de Comercio de Bogotá determine. Todos los procesos deben ser de fácil acceso para todo el personal, y deberán estar documentados y organizados en la Intranet desarrollada para la operación.

El OFERENTE se compromete a:

- Monitorear todos los indicadores, tiempos, nivel de servicio, calidad, entre otros, para asegurarse de que estos funcionan correctamente y cumplen con todos los parámetros definidos.
- Llevar a cabo evaluaciones en periodos más cortos de tiempo, para asegurarse que todo el equipo haya entendido y comprendido cada paso del proceso.
- El OFERENTE debe usar un enfoque estructurado para mejorar el desempeño de cualquier proceso que no alcance consistentemente los requisitos y objetivos. El propósito de la mejora de procesos es el de mejorar la experiencia del cliente y/o reducir costos y evitar reprocesos. El OFERENTE debe utilizar un enfoque estructurado para mejorar los procesos el cual incluye el análisis de las causas-raíz, como parte del desarrollo de soluciones; debe ser capaz de demostrar que el desempeño mejoró como resultado de su gestión.

#### 1.4.3 Implementación Nuevos Proyectos

Toda nueva iniciativa que involucre la creación de un proyecto, deben contener:

- Una fase de planificación que incluye los procedimientos de planificación y operación para ejecutar el proyecto.
- Una fase de definición que consiste en la identificación, análisis y documentación del conjunto de requerimientos. Esta fase incluye el desarrollo de los requerimientos del negocio, los requerimientos del sistema, el diseño de la arquitectura, la estrategia de despliegue y el plan definitivo del proyecto.
- Una fase de construcción que consta del diseño detallado del sistema de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y la construcción de el/los sistema(s). Esta fase incluye el desarrollo de los códigos ejecutables necesarios, la asistencia técnica de la infraestructura y los productos de trabajo que conforman el/os sistema(s) diseñado(s). El seguimiento de trabajo cuyos componentes serán desarrollados y evaluados por el OFERENTE, entre ellos: el desarrollo o configuración del software, el desarrollo de la infraestructura, el intercambio de transacciones o información con LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y los sistemas heredados, la documentación y los procedimientos/políticas de capacitación (del usuario y de las operaciones) que respaldan los procesos, el diseño de organización y las funciones/obligaciones para determinar responsabilidades en cuanto a los nuevos procesos y sistemas., el OFERENTE ejercerá un alto grado de interacción entre los grupos participantes para entregar con eficacia una solución integrada.

- Una fase de evaluación que consiste en la evaluación de el/los sistema(s) y la prueba de aceptación del usuario.
- Una fase de despliegue que conlleva el/los sistema(s) desarrollado(s), las pruebas piloto de sus capacidades, propaga el/los sistema(s) a los sitios apropiados y cierra el proyecto.

El OFERENTE debe proporcionar métricas e informes de progreso periódicos a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

El OFERENTE debe guardar y enviar por medio magnético cuando se requiera, toda la documentación relacionada con el proyecto, para consulta de la CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

El OFERENTE debe autorizar a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ a personalizar toda la documentación técnica/de usuario o de capacitación vigente del OFERENTE según las aplicaciones específicas de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ sin que esto implique una violación de los derechos de autor.

## 1.5 CALIDAD

Este proceso es uno de los más importantes para la Cámara de Comercio de Bogotá, dado que del éxito del mismo depende la satisfacción de los clientes y el cumplimiento del objetivo propuesto para la línea de atención al cliente. El objetivo, es asegurar que los procesos funcionan adecuadamente, que los agentes tienen la información correcta, que se le está suministrando información válida a los clientes, que se están cumpliendo con los protocolos de atención establecidos por la CCB.

EL OFERENTE se compromete y obliga a prestar el servicio de acuerdo con los más altos estándares de calidad para la prestación de los servicios de Contact Center teniendo en cuenta la naturaleza de cada servicio y sus objetivos de negocio.

El SGC (sistema de gestión de calidad) que sea implementado por el OFERENTE, debe garantizar alcanzar el cumplimiento de los indicadores establecidos de manera permanente y sistemática, así como de mejora continua para aquellos que no se cumplen.

En todo caso el SGC del OFERENTE debe permitir realizar un mix con los hallazgos de los procesos de medición de la calidad percibida y contar con la flexibilidad para realizar los ajustes que sean solicitados por La Cámara de Comercio de Bogotá.

El OFERENTE deberá garantizar el cumplimiento de los niveles de calidad requeridos.

### 1.5.1 Monitoreo de transacciones

El OFERENTE debe monitorear todos los tipos de transacciones de cara al cliente como: llamadas Inbound, outbound, correos, Chat, entre otros que se puedan definir, para asegurar que se cumplen los requisitos y objetivos de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y del cliente. Debe contar con un enfoque para el monitoreo de transacciones diseñado según las políticas de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

Se debe contar con una matriz de monitoreo por transacción, en donde se discrimine los errores críticos y no críticos. Esta matriz debe ser aprobada por la Cámara de Comercio de Bogotá, en la primera implementación y en caso de cualquier modificación.

La metodología de muestreo de monitoreo (es decir, cómo se selecciona la muestra) debe ser apropiada al tipo y al volumen de las transacciones. Adicionalmente la selección debe ser completamente aleatoria, de diferentes días y horas de la semana.

El OFERENTE debe cumplir el umbral de desempeño para precisión y debe requerir que los asesores pasen el umbral de precisión para aprobar el monitoreo total. En el caso de cometer un error crítico, el agente no aprobará el monitoreo.

Se deberán llevar a cabo un mínimo de monitoreos por tipo de servicio por agente al mes, previamente acordado con la Cámara. El OFERENTE brindará a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ el detalle de los resultados de los servicios monitoreados y el plan de acción desarrollado para los agentes con desempeño insuficiente.

En el caso de la implementación de un nuevo proceso o de tener nuevos agentes en la operación, los monitoreos se deben intensificar durante el primer mes.

El OFERENTE realizará un análisis de los resultados del monitoreo de los servicios y desarrollará mejoras a nivel de proceso basadas en tales resultados. El enfoque del OFERENTE en cuanto al monitoreo de servicios debe contemplar el reentrenamiento dirigido o la remoción de los agentes que repetidamente cometen errores fatales con el cliente.

El OFERENTE debe contemplar el método de monitoreo al lado y remoto para el monitoreo de los servicios; la captura por imágenes y la grabación de voz no pueden ser sustituidos por el monitoreo directo en el momento de la llamada. Un mínimo de 25% de todos los servicios que este monitoree, serán monitoreadas lado a lado.

El OFERENTE debe tener un plan de comunicación a los agentes de los resultados de todos los servicios monitoreados. Esto debe incluir sesión de retroalimentación con cada agente mensual. El plan debe especificar los cronogramas y la forma de suministrar la retroalimentación.

Para observaciones especiales algunos agentes podrán ser puestos en monitoreo según se defina, algunos al 100% o por demanda, adicionalmente LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ podrá solicitar programas de auditoría especiales para aseguramiento o inquietudes específicas.

LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ debe poder monitorear transacciones en vivo y grabadas. Caso en el cual, el OFERENTE debe crear y mantener un proceso y procedimiento de monitoreo remoto para el staff de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ podrá realizar muestreo de llamadas y conversaciones, cuando lo estime conveniente, así como exigir que el 100% de todas las llamadas y conversaciones de chat sean grabadas y almacenadas, adicional sean entregadas con las especificaciones establecidas por CAMARA para conservarlas en un espacio virtual establecido por la organización con el OFERENTE que se designe.

El Monitoreo debe permitir evaluar la trazabilidad de la información capturada por los Asesores en todos los aplicativos, así como en los de La Cámara de Comercio de Bogotá.

El número de monitoreos que se determine sobre cada asesor dentro de cada ciclo de evaluación, debe reflejar el real desempeño en términos de calidad de cada asesor, así como identificar plenamente sus áreas de oportunidad y la correcta determinación de acciones correctivas, desarrollo de procesos de feedback y entrenamiento y la implementación de planes de acción.

El esquema de monitoreo deberá garantizar aleatoriedad en la muestra y deberá cubrir todas las franjas horarias en que se atiende el servicio. En ningún caso se podrán monitorear llamadas con más de 24 horas, salvo en las transacciones generadas los días festivo o fines de semana, en cuyo caso el monitoreo no podrá realizarse sobre transacciones hasta con 48 horas de generadas.

El OFERENTE debe garantizar que su SGC controla de forma efectiva todo el programa y que todas las áreas que participan en su ejecución están debidamente alineadas con los objetivos planteados y dentro de los términos exigidos por la Cámara de Comercio de Bogotá.

En ciertos eventos puntuales donde la Cámara de Comercio de Bogotá estime necesaria la total participación y apoyo del equipo de monitoreo, el OFERENTE deberá estar en capacidad de suministrar el recurso necesario para cubrir la actividad. Estos casos se refieren a lanzamientos de nuevas promociones, productos o servicios.

Adicionalmente LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ puede incluir a un OFERENTE externo para monitorear las llamadas de los agentes. En tal caso, este proceso no reemplazará el proceso que debe tener el OFERENTE para asegurar los monitoreos previamente descritos, pero si impactará los indicadores de calidad con los que se mide el OFERENTE. Adicionalmente partiendo de esta información, LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ podrá solicitar la remoción de un agente que cometa repetidamente errores críticos de cara al cliente o a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

## 1.5.2. SISTEMA DE EVALUACIÓN DE CALIDAD

### Gestión Telefónica

EL OFERENTE deberá contar con un sistema de monitoreo de todas las llamadas de los agentes, tanto a nivel de voz como de datos. El sistema debe parametrizar evaluaciones de cada proceso de la llamada, las cuales deberán ser acordadas con LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. El sistema debe permitir realizar seguimiento en línea a cada agente y mantener históricos de las evaluaciones y del desempeño de cada uno, así como el desempeño de la campaña, proceso o servicio. El sistema debe generar evaluaciones con grabaciones de voz y datos, por lo que el enfoque requiere que los agentes de servicio al cliente sean grabados en el 100% de sus interacciones. Para efectos de aseguramiento de calidad se debe garantizar la siguiente periodicidad de los monitoreos:

El OFERENTE debe garantizar el monitoreo remoto de cualquier interacción desde fuera de las instalaciones del Contact Center, de igual forma deberá garantizar todas aquellas licencias que para ello sean necesarias.

El Contact Center debe estar en la capacidad de tipificar cada una de las llamadas de entrada y salida de forma que se pueda tener una estadística consolidada y por servicios de todas las interacciones con los clientes.

### Gestión Virtual

El OFERENTE deberá implementar una solución para que los clientes se puedan comunicar a la línea de atención al cliente por medio de un chat y contáctenos en la página Web de La CCB, el cual deberá estar disponible en la franja horaria de atención de la cámara de comercio de Bogotá. Por medio de este canal, la respuesta debe ser inmediata y las consultas son las mismas que ingresan por la línea de atención al cliente. En este caso, también se deberá registrar la información en el sistema CRM de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

#### 1.5.2 Planes de acción de los Monitoreos

El OFERENTE debe desarrollar e implementar acciones correctivas cuando el desempeño individual se encuentra por debajo de los umbrales. El enfoque del OFERENTE en cuanto al monitoreo de transacciones debe contemplar el reentrenamiento dirigido o la remoción de los agentes que repetidamente cometen errores críticos con el cliente. Adicionalmente el OFERENTE deberá asegurar:

- La consolidación y el análisis continuo de los resultados de monitoreo para identificar y corregir problemas al nivel de los procesos que impactan el desempeño individual de las personas que procesan transacciones.
- Publicación diaria de los resultados del monitoreo
- Un plan para comunicar al personal los resultados de todas las transacciones monitoreadas, incluyendo tanto el feedback negativo como el positivo: El plan debe especificar el plazo y la manera de efectuar el “feedback”.
- Las personas que realicen el monitoreo deben ser capacitadas y deben realizar sesiones de calibración bimensuales con personal de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, para asegurar consistencia en la evaluación entre los diferentes monitores.
- El OFERENTE debe asegurar que todos los puntajes del monitoreo de servicios sean consistentes con aquellos puntajes de satisfacción del cliente obtenidos por las encuestas de Satisfacción que LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ realiza diariamente a los clientes que se comunican con el Contact Center. Es probable que esto requiera un análisis de correlación y una validación de los atributos y su peso en el formulario de monitoreo de transacciones, vs, atributos de satisfacción de los clientes.

#### 1.5.3 Calibraciones

El OFERENTE debe realizar sesiones internas de calibración periódicos mínimo una mensual o a solicitud de la Cámara, cuando se estime conveniente.

El OFERENTE debe garantizar que cuenta con el espacio apropiado, acceso a las aplicaciones y las herramientas necesarias para realizar las sesiones de calibración correctamente.

#### 1.5.4 Titularidad de los datos de monitoreo de transacciones

El OFERENTE reconoce que LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ es el único propietario de los datos recolectados a través de todos los sistemas de monitoreo de calidad. Deberá obtener el consentimiento escrito de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ para utilizar los datos de monitoreo de la calidad para cualquier otro propósito que no sea el análisis del desempeño de los agentes, la capacitación de agentes, o la mejora del proceso en la cuenta de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

El OFERENTE deberá conservar las grabaciones de monitoreo de calidad por doce meses posteriores a la fecha de la transacción. Deberá registrar y conservar las grabaciones de voz basados en los requerimientos de la CCB y facilitar a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ el acceso remoto irrestricto y copias completas de todas las grabaciones de transacciones.

#### 1.5.5 Planificación y programación del personal

El OFERENTE debe alinear la capacidad de personal con los patrones de tráfico de llamadas, para asegurar el cumplimiento de los objetivos de la Cámara de Comercio de Bogotá.

El OFERENTE es responsable de la cantidad de posiciones habilitadas necesarias para el intervalo y el horario de entrada y salida para satisfacer las posiciones necesarias.

El OFERENTE debe realizar periódicamente y por franjas horarias, el pronóstico de transacciones, la planificación y programación del personal requerido para cumplir con los indicadores de operación contratados por la Cámara de Comercio de Bogotá. Para esto debe utilizar un modelo cuantitativo que incorpore como mínimo variables de TMO, patrones de entrada pronosticados por el OFERENTE, objetivos del nivel de servicio, de abandono, ausentismo y rotación. Por lo anterior, el OFERENTE debe contar con los puestos de trabajo necesarios para cumplir con dicho dimensionamiento.

EL OFERENTE documentará y presentará a la Cámara de Comercio de Bogotá cada evento que lleve a un incremento de tráfico que genere un día atípico de tal manera que se construya un histórico que facilite la realización de los dimensionamientos posteriores.

Realizar semanalmente o cuando se considere el dimensionamiento de acuerdo con el análisis del comportamiento histórico de las llamadas recibidas, las campañas vigentes y los factores adicionales que afecten el volumen de llamadas normal.

Para la gestión diaria el OFERENTE deberá estar en la capacidad de gestionar los picos y valles, de manera que los niveles de atención y servicio sean óptimos y en ningún momento se presente sobre o sub dimensionamiento. Es responsabilidad del OFERENTE destinar un recurso exclusivo por cada operación, con el suficiente empoderamiento para tomar decisiones que impacten de forma positiva en la gestión.

El enfoque de planificación de los agentes del OFERENTE debe describir claramente las “reglas” para minimizar el sobre-dimensionamiento o el sub-dimensionamiento al nivel de los intervalos. Estas reglas deben implementarse según diseño y lograr nivel de adherencia a la agenda superior al 90%.

El OFERENTE debe hacer el seguimiento y la gestión de la adhesión a la programación en intervalos de 30 minutos durante toda la gestión.

El OFERENTE deberá enviar un pronóstico del número de llamadas y agentes por canal mínimo a 30 días.

La Cámara de Comercio de Bogotá deberá suministrar al OFERENTE con anterioridad, las campañas publicitarias que salgan en medios masivos, con el fin de que pueda dimensionar y planificar la línea de atención, de acuerdo a esta información. En el caso en el que LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ no suministre esta información, el OFERENTE estará exento por penalidades por incumplimiento de los niveles de servicio.

Para épocas de alto flujo el OFERENTE y la CCB determinaran la fecha de ingreso del personal adicional para cubrir la demanda esto con el fin de no impactar lo proyectado en el pago de factura.

#### 1.5.6. Análisis Operativo del servicio

El OFERENTE realizará reuniones (durante la fase de implementación) y reuniones periódicas de actualización con LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y será el anfitrión de las revisiones con una periodicidad mínima trimestral y/o llamadas en conferencia, como así también de la revisión del negocio cada trimestre, para analizar los indicadores de desempeño e ítems de análisis entre los que se incluyen aquellos que se describen en éste documento.

El OFERENTE elaborara planes de acción correctiva para aquellos ítems en las que no se cumplen los objetivos de desempeño.

##### 1.5.6.1 Preparación y cierre del día

Todos los agentes deben llegar a la operación antes de que inicie su turno. El OFERENTE debe garantizar una preparación del día, en donde se les comentó cualquier información nueva de la campaña, se realicen preguntas de verificación de información, etc.

##### 1.5.6.2 Revisiones

El OFERENTE realizará seguimiento periódico mínimo una mensual, para analizar y tomar acciones sobre los problemas de calidad y prestación de sus servicios.

El OFERENTE debe realizar actas de seguimiento según plantilla provista por LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

#### 1.5 .7 Planificación de Contingencias

EL OFERENTE deberá garantizar la continuidad del servicio y la integridad de los datos durante las interrupciones que duren hasta seis (6) horas, tales como las provocadas por fallas en el suministro de energía o un defecto en los computadores o en el sistema de telecomunicaciones. Debe demostrarse que la planificación ha sido efectiva, mediante un simulacro de la contingencia, el cual debe realizarse como mínimo cada seis (6) meses o cuando se estime conveniente, para cada tipo de falla. Los resultados de dichos simulacros deberán entregarse en medio físico y/o magnético a la persona que la Cámara de Comercio de Bogotá designe para tal fin.

EL OFERENTE debe garantizar el reinicio de las operaciones después de hechos de desastre natural, incendio u otros eventos de fuerza mayor que interrumpen la prestación del servicio durante más de seis (6) horas. Estos planes deben incluir procedimientos para:

- mantener o restaurar el servicio.
- asegurar la integridad de los datos durante la transacción y
- minimizar el tiempo de inactividad.

En todo caso, el servicio debe estar restablecido en un término máximo de veinticuatro (24) horas para garantizar la continuidad del servicio.

El enfoque para la recuperación, tanto de las interrupciones menores como de las de desastre grave, debe estar documentado en un Plan de Contingencias que será entregado a la Cámara de Comercio de Bogotá el cual debe estar claramente conocido y comprendido por el personal correspondiente, debe incluir objetivos claros de restauración de: líneas telefónicas, PBX, centrales, conmutadores, distribuidores automáticos de llamadas e IVR, servidores y computadores, aplicaciones de software utilizadas en la prestación de los servicios y productos y transacciones electrónicas, traslado de personal a diferentes sedes del OFERENTE, subcontratación de infraestructura y personal, entre otros aspectos.

El plan documentado por el OFERENTE debe definir claramente y en forma detallada los niveles de disponibilidad con respecto a la continuidad del servicio y la integridad de los datos durante las interrupciones de hasta (seis horas de duración), tales como las provocadas por fallas en el suministro de energía o un desperfecto en las computadoras o en el sistema de telecomunicaciones. Debe poder demostrarse que estos planes han sido efectivos, ya sea por medio de simulación o por hechos reales.

#### 1.5.9.1 Desastres graves

El OFERENTE debe establecer un plan documentado que clarifique su enfoque con respecto al reinicio de las operaciones después de hechos de desastre natural, incendio u otros eventos de fuerza mayor que interrumpen la prestación del servicio durante más de seis horas. Estos planes deben incluir procedimientos para:

- Mantener o restaurar el servicio,
- Asegurar la integridad de los datos durante la transición
- Minimizar el tiempo de inactividad.

El enfoque para la recuperación tanto de las interrupciones menores como de las de desastre grave, debe estar claramente comprendido por el personal correspondiente, y debe incluir objetivos claros de restauración de Líneas telefónicas, centrales privadas, conmutadores y distribuidores automáticos de llamadas (ACD), aplicaciones de software utilizadas en la prestación de los servicios y productos.

#### 1.5.9.2 Interrupciones en los sistemas

Ante cualquier interrupción el Oferente debe presentar un informe detallado con la siguiente información:

- Fecha y hora de ocurrida la interrupción

- Fecha y hora en que se resolvió la interrupción
- Nombre del sistema o red afectada
- Duración de la interrupción
- Nivel de gravedad
- Impacto en el negocio
- Cantidad de usuarios afectados
- Causa raíz
- Medidas correctivas adoptadas

## 2.0 TALENTO HUMANO

La variable más importante para la Cámara de Comercio de Bogotá son las personas, El OFERENTE debe asegurar que cuenta con la gente apropiada para asegurar un excelente servicio a los clientes, que está en capacidad de brindarle todas las herramientas necesarias para asegurar el correcto desempeño de todo el equipo de Contact center.

### 2.1 Definición de perfiles

Buscando tener una línea de atención al cliente que brinde respuestas oportunas y de manera adecuada a los clientes, se requiere la siguiente estructura y perfiles para el manejo y soporte a la línea de atención a clientes de la CCB. Con excepción del gerente de proyectos, Gerente de Cuenta y personal de calidad, se requiere que toda la estructura sea exclusiva para la prestación de servicios de la Cámara de Comercio de Bogotá. En el caso en el que el OFERENTE identifique una mejor estructura para lograr los objetivos del negocio, podrá enviar la propuesta con la justificación de por qué considera que es mejor esa recomendación.

A continuación, se relaciona el equipo mínimo de trabajo que el Oferente deberá garantizar para la gestión del Contact Center:

CARGO	PERFIL Y FUNCIONES CLAVES
<b>Gerente de Cuenta</b>	Rol: Estructurar junto con la CCB la mejor estrategia para brindar excelente servicio a nuestros clientes. Debe proponer e innovar acciones que impacten directamente las variables del negocio. Debe tener comunicación directa con el equipo de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, para los casos en que deba dar soporte para solucionar inconvenientes o tomar decisiones de la operación. El OFERENTE debe garantizar que esta persona se encuentre en la ciudad de Bogotá. Perfil: profesional en carreras administrativas con experiencia mínima de 2 años en administración de campañas de contact center.
<b>Jefe de Operaciones</b>	Rol: Debe asegurar la implementación de todos los proyectos, validar el conocimiento del personal que ejecuta la operación, controlar el presupuesto asignado, proponer cambios en los procesos, asegurar la calidad del proceso, dimensionar las campañas y garantizar el cumplimiento de los objetivos e indicadores. Perfil: Profesional universitario o estudiante de últimos semestres homologables con experiencia superior a dos años en el cargo de jefe operaciones en Contact Center.

<p><b>Supervisor (Exclusivo)</b></p>	<p>Rol: Asegurar el cumplimiento de indicadores. Monitorear y mover personas y agentes. Monitorear las llamadas para redistribuir a los agentes, revisar y adecuar con la frecuencia que se requiera (diaria, semanal y mensualmente) la malla de turnos, Informar al Jefe de Operaciones fallas del servicio o del sistema. Tiene a cargo un grupo de agentes sobre los cuales debe velar por el cumplimiento de su función, solucionar inquietudes, brindar alarmas al Jefe de operaciones, sobre posibles fallas en la información, en los procesos y en problemas con los agentes. Debe estar enterado de los resultados de los monitoreos, para brindar mayor soporte a personas que lo necesiten.</p> <p>Perfil: Profesional o estudiante de últimos semestres, con experiencia mínima de un año en operaciones de Contact Center, con experiencia en Gestión Inbound y Outbound.</p>
<p><b>Formador (Exclusivo)</b></p>	<p>Rol: Asegurar la capacitación y el conocimiento de los temas de la CCB al personal que desarrollara las labores, realizar el entrenamiento desde el ingreso de nuevos agentes, entrenamiento de campañas y refuerzos mensuales de cada uno de los temas de la CCB, realizar evaluaciones de capacitación, definir un umbral para certificar personal que aplica, tener un plan de acción para personal que no aplica y trabajar con el área de calidad para asegurar un mayor conocimiento de estos agentes.</p> <p>Perfil: Profesional o estudiante últimos semestres en áreas administrativas psicología, pedagogía con experiencia en servicio al cliente como formador.</p>
<p><b>AGENTES</b></p>	<p><b>Agente Inbound®( Exclusivo)</b></p> <p>Rol: Esta encargado de atender las solicitudes de los clientes, brindar repuestas de manera correcta y oportuna, darle alternativas y asegurar su satisfacción. brinda información general de la CCB, vinculación y comercialización del portafolio de servicios CCB, información de campañas, de servicio, de trámites</p> <p>Perfil: Estudiantes técnicos o universitarios (mínimo segundo o tercer semestre) preferiblemente en carreras como derecho, mercadeo, administración de empresas, contaduría, ingeniería industrial, comercio internacional o con experiencia en el Contact Center homologables a los estudios. Habilidades en servicio al cliente y ofimática.</p> <p><u>Adicional a lo anterior para los <b>Agentes de Chat y Contáctenos:</b></u> Excelente ortografía, redacción, velocidad de digitación y comprensión de lectura</p> <p><b><u>Agente Outbound:</u></b></p> <p>Se contratan por tiempo determinado dado que responden a una programación específica para atender la actualización de datos, encuestas y recordación de pagos, vinculación y comercialización del portafolio de servicios CCB, confirmación de asistencia a un evento.</p> <p>Perfil: Estudiantes técnicos o universitarios (mínimo segundo o tercer semestre) preferiblemente en carreras como derecho, mercadeo, administración de empresas, contaduría, ingeniería industrial, comercio internacional o con experiencia en el Contact Center homologables a los estudios. Habilidades comerciales, de servicio al cliente y ofimática.</p> <p>Se requiere por lo menos (1) <b>agente para gestión mixta</b> (Inbound y Outbound) que maneje alto nivel del idioma Ingles.</p>

	<p><b><u>Agente Inhouse:</u></b> (Exclusivo)          Rol: gestiona campañas de recordación de pagos de los registros público u otros campañas. Su atención puede darse por cualquiera de los canales de inbound, outbound y canales virtuales incluyendo la videollamada.          Perfil: Estudiantes técnicos o universitarios (mínimo segundo o tercer semestre) preferiblemente en carreras como derecho, mercadeo, administración de empresas, contaduría, ingeniería industrial, comercio internacional o con experiencia en el Contact Center homologables a los estudios. Habilidades comerciales, de servicio al cliente y ofimática.</p> <p><b><u>Asesor Especializado Jurídico:</u></b> (Exclusivo)          Rol: atiende consultas especializadas de temas jurídicos relacionados con los registros público. Su atención puede darse por cualquiera de los canales de inbound, outbound y canales virtuales incluyendo la videollamada.          Perfil: Abogados o estudiantes de últimos semestres de derecho (mínimo 7 semestre), con experiencia mínima de 6 meses en Contact Center, manejo de office y servicio al cliente.</p> <p><b><u>Agente Especializado Empresarial:</u></b>          Rol: atiende consultas especializadas de temas de servicios empresariales. Su atención puede darse por cualquiera de los canales de inbound, outbound y canales virtuales incluyendo la video llamada.          Perfil: profesional o estudiantes de últimos semestres de carreras administrativas, con experiencia mínima de 6 meses en Contact Center , manejo de office y servicio al cliente.</p> <p>Competencias de estos roles: orientación a resultados, orientación al cliente, persistencia, trabajo en equipo, autocontrol, búsqueda de información y habilidades necesarias de manejo y tono de voz, pronunciación, claridad, necesarios para el servicio.</p>
<b>Analista Minería de Datos</b>	<p>Rol: debe velar por análisis de los informes, tendencias, eficiencias, comportamiento de llamadas.          Perfil: profesional o estudiantes de últimos semestres de carreras administrativas, con experiencia mínima de 6 meses en Contact Center, manejo de office.</p>
<b>Área de Calidad</b>	<p>Rol: Velar por la calidad de la información que dan los agentes. Asegurar que las llamadas se manejen de acuerdo a la cultura de la CCB, mediante el monitoreo de agentes, retroalimentación en caso de identificar fallas y trabajo conjunto con el formador para reforzar temas.          Se debe garantizar el monitoreo de calidad del 2% del total de las llamadas recibidas por agente.</p>

Cuando se requieran apoyos adicionales con experiencia para el montaje de la operación, el OFERENTE seleccionará el interlocutor y los gestores necesarios para lograrlo.

## 2.2 Consideraciones del Equipo de trabajo

El OFERENTE deberá estar en capacidad de incorporar a su planta de personal a aquellas personas que actualmente están gestionando el servicio, siempre que se cuente con el aval por parte de la Cámara de Comercio de Bogotá.

El OFERENTE debe cumplir con todas las reglamentaciones de contratación del país (seguridad social, beneficios, etc.)

En caso de presentarse vacantes, incapacidades o ausentismos prolongados en cualquiera de los cargos de staff (Gerente de cuenta, Jefe de Operaciones, Supervisores), el OFERENTE deberá cubrirlos en un tiempo no mayor a ocho (8) días calendario contados a partir del momento en que se genera la novedad, para el caso de Asesor especializado el tiempo de reposición debe ser máximo de tres (3) días; en este tiempo debe estar incluida la selección, contratación y capacitación. En caso de superar este tiempo, la Cámara de Comercio de Bogotá podrá aplicar sanciones. En el caso de los agentes debe ser inmediato.

La Cámara de Comercio de Bogotá cuando lo estime conveniente, podrá solicitar las hojas de vida del equipo de trabajo que hace parte de la operación, para efectos de verificación, control y auditorias entre otros, del cumplimiento de los requisitos exigidos.

No obstante, en casos especiales la Cámara de Comercio de Bogotá podrá autorizar a EL OFERENTE a realizar la contratación de una persona que no cumpla con las características de estudio requeridas, siempre y cuando la experiencia para el cargo supla este variable.

Para el caso de los movimientos internos de personal (ascensos, cambios de área, etc.), o retiros, el OFERENTE deberá comunicarlos con mínimo quince (15) días hábiles a la Cámara de Comercio de Bogotá, con el fin de conocer los motivos del movimiento, y el plan de acción a ejecutar con el fin de minimizar el impacto en la operación. En caso que el plan de acción no cumpla con los requerimientos de la Cámara de Comercio de Bogotá, ésta podrá solicitar que el movimiento se posponga hasta tanto se cumpla con las garantías necesarias de que el cambio no impactará la normal gestión de la operación.

### **2.3 Verificación de habilidades y conocimientos**

Para todo el personal del Contact Center las habilidades mínimas y conocimientos definidos en este documento deben ser verificados y certificados previamente antes de entrar a la operación.

El proceso de verificación de habilidades de todo el personal debe incluir:

- a) Umbrales objetivos de desempeño relacionados con los requisitos mínimos para el puesto (incluyendo todas las habilidades y conocimientos mínimos).
- b) Registros (ej.: exámenes, resultados, fechas) que puedan ser auditados.
- c) Planes de acción para el personal que falla al demostrar las habilidades y los conocimientos requeridos.
- d) Re-verificaciones mensuales de habilidades y conocimientos.
- e) Re-verificaciones de habilidades y conocimientos en función de los cambios de programas, procedimientos, sistemas, etc.

### **2.4 Comprobación de antecedentes y referencias**

El OFERENTE debe realizar una investigación integral de los antecedentes y referencias (en cumplimiento con las leyes locales) de sus empleados antes de la asignación a la gestión de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

Los requerimientos mínimos inherentes a la investigación de antecedentes y referencias de empleados del OFERENTE incluyen:

- Comprobación de antecedentes penales.
- Verificación de empleos anteriores.
- Nivel educativo – el título más alto.
- Los requisitos de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ NO relacionados con el empleo:
  - o Condena por un delito mayor de cualquier índole.
  - o Causa legal existente o anterior con la Cámara de Comercio de Bogotá.

## 2.5 Esquema de remuneración

A manera informativa la escala salarial (base año 2017) por nivel del cargo es:

<b>Cargo</b>	<b>Escala Salarial</b>
Jefe de Operaciones	\$2.258.000
Supervisor	\$1.500.000
Agente Inbound y outbound	\$ 737.717 más variable de \$51.640
Agente inhouse	\$1.130.000
Asesor especializado	\$1.374.000

Este sueldo se incrementa en enero de cada año de acuerdo con lo definido por la Ley.

El Oferente debe tener en cuenta el personal que actualmente tiene la CCB en sus campañas, dado el conocimiento, formación y experiencia en la información de la CCB.

El OFERENTE podrá sugerir dentro de la propuesta un esquema diferente según su experiencia, siempre y cuando se cumplan los objetivos mencionados. En cualquier caso, estos niveles salariales deberán ser informados a la Cámara de Comercio de Bogotá al momento de hacer la entrega oficial de la oferta.

## 2.6 RECLUTAMIENTO Y CONTRATACIÓN

El OFERENTE debe demostrar que el equipo de trabajo seleccionado posee las habilidades mínimas y los conocimientos apropiados para el puesto, las cuales deben ser verificables, cuando así lo considere la Cámara de Comercio.

En relación con el personal que prestará el servicio, el OFERENTE deben cumplir los siguientes requisitos mínimos:

- Realizar procesos de selección que garanticen la idoneidad del perfil para los servicios a proveer. El personal que sea asignado a La CCB deberá ser vinculado a través de un proceso de selección por competencias, que como mínimo incluya las etapas de entrevista y pruebas.
- Afiliarlos al sistema de seguridad social en salud, pensión y riesgos profesionales y a caja de compensación. Cumplir con los aportes a las E.P.S., A.R.P., los Fondos de Pensiones,

Servicio Nacional de Aprendizaje, Instituto de Bienestar Familiar y la respectiva Caja de Compensación Familiar y cualquier otro aporte fiscal o parafiscal que pudiere ser debido o llegare a serlo en el futuro.

- Realizar estudio de seguridad para los cargos que la CCB considere pertinente, que incluya como mínimo la visita domiciliaria, la referenciación y la verificación de antecedentes en las instituciones de seguridad del Estado tales como DIJIN, SIJIN, así como las que llegue a indicar la CCB para cada uno de los requerimientos que se indican en esta invitación a proponer y se deberá adjuntar fotocopia del certificado judicial.
- La visita domiciliaria deberá efectuarse a las personas contratadas por el Oferente para la prestación del servicio requerido en la presente invitación.
- El OFERENTE deberá suministrar a la Cámara de Comercio de Bogotá en caso de que lo requiera, el proceso que se lleva a cabo para la selección del personal, qué tipo de pruebas se realizan y cómo se identifica que una persona es apta para un puesto. LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ podrá sugerir pruebas que se deberán llevar a cabo durante el proceso para la selección de las personas que ingresan a la línea de La CCB. En cualquier momento la CCB puede solicitar copia de los informes de selección y estudios de seguridad para evidenciar la aptitud de los trabajadores asignados a la CCB.
- El OFERENTE será el único responsable de contratar, administrar, y remunerar a todos los Agentes, Supervisores, Capacitadores y demás personal de soporte, empleado, gerentes y funcionarios suministrados. Todas las personas que hagan parte de la línea de atención al cliente de la CCB deberán ser contratadas directamente por el OFERENTE. Por ningún motivo se acepta la contratación por medio de terceros (cooperativas de trabajo asociado, empresas de servicios temporales, etc.)
- La CCB sugiere que, previa evaluación y aprobación del OFERENTE, se contrate en iguales o mejores condiciones económicas que las presentes, al personal que actualmente desempeña las funciones mencionadas anteriormente en atención a la capacitación, conocimiento y experiencia que han recibido y adquirido en su desempeño y porque considera que poseen las características y habilidades para prestar un excelente servicio.
- Incrementar el salario básico del personal que prestará el servicio al inicio de cada año calendario, teniendo en cuenta el porcentaje de incremento del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente aprobado por el Gobierno Nacional.
- Cancelar oportunamente en forma mensual o quincenal los pagos al personal que preste el servicio, así como los salarios y prestaciones sociales a que tenga derecho según la ley, El incumplimiento o retardo en el pago de los salarios será una causal para que la CCB, a su sola discreción termine unilateralmente y de manera anticipada el contrato celebrado, sin lugar a requerimiento previo de cumplimiento alguno o al pago de perjuicio o indemnización alguna por parte de La CCB al proponente.
- El OFERENTE deberá presentar el documento del programa de salud ocupacional firmado por el representante legal y el responsable de salud ocupacional de la empresa, e incluir el Cronograma de salud ocupacional por el tiempo que dure el contrato que incluya capacitación en sus riesgos y evaluación periódica de medicina ocupacional con énfasis osteomuscular y audiometrías. La CCB podrá verificar su cumplimiento.

- Mantener actualizados y a disposición de La CCB los libros de vacaciones donde se registre el disfrute por parte de los funcionarios asignados a La CCB, de acuerdo con lo establecido por ley.
- El OFERENTE deberá desarrollar actividades de bienestar laboral y calidad de vida a sus trabajadores, Este punto busca que el personal designado por el Oferente pueda participar de las actividades que el oferente realice para motivar y generar bienestar y calidad de vida entre el personal de la operación.

En la ejecución del contrato, el OFERENTE que resulte seleccionado deberá adjuntar a la factura mensual fotocopias de los siguientes documentos: 1. Recibos de pago de los aportes parafiscales (SENA, ICBF, Caja de Compensación) del personal asignado a La CCB, y 2. Constancias del pago de seguridad social (aportes de salud, pensión y riesgos profesionales) del mismo personal. El incumplimiento de esta obligación dará lugar a la terminación anticipada del contrato sin lugar a (i) requerimiento previo de cumplimiento alguno y (ii) al pago de perjuicio o indemnización alguna por parte de La CCB.

El OFERENTE seleccionado debe asumir por su cuenta y riesgo tanto la dotación de ley establecida en las normas laborales, como también los elementos de seguridad industrial establecidos por las normas de salud ocupacional. Los elementos que componen la dotación serán convenidos con el Oferente. El OFERENTE deberá asegurar la dotación a cada agente dentro de los periodos establecidos por la ley, no será necesario uniformes a los agentes.

Cubrir de manera inmediata, por su cuenta y riesgo, las faltas absolutas o temporales de sus empleados o dependientes con personal igualmente idóneo y calificado, que cumpla con los requisitos relacionados con proceso de selección y estudio de seguridad, para no alterar la operación normal del servicio de La CCB.

Exigir y controlar que el personal que asigne a la CCB para la prestación del servicio porte en lugar visible y permanentemente el carné de identificación, debidamente diligenciado y con foto reciente. Todo el personal, en la instalación donde preste el servicio, deberá mantener durante el turno que le corresponda los siguientes documentos:

- Cédula de Ciudadanía.
- Carné vigente de la EPS a la que se encuentre afiliado o en su defecto documento que acredite el derecho para ser atendido en caso de presentarse alguna situación médica.
- Carné de la Administradora de Riesgos Profesionales (A.R.P.)

La Cámara de Comercio de Bogotá podrá en cualquier momento solicitar acceso a las carpetas de cada empleado, en la cual deben reposar todos los registros del proceso de selección, novedades administrativas y soportes de pago de nómina, seguridad social y todos los aportes parafiscales de ley.

Todo el personal del OFERENTE involucrado en la operación con acceso a datos e información de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, deberá firmar las Condiciones de la Política de Privacidad de La Cámara de Comercio de Bogotá a partir del primer día de empleo.

EL OFERENTE es responsable de la selección y administración del personal contratado para cumplir con los indicadores contractuales descritos en los presentes términos, sin que haya lugar a ningún tipo de vínculo laboral entre el personal contratado y la Cámara de Comercio de Bogotá.

## **2.7 RECONOCIMIENTOS**

El Oferente debe ofrecer una lista de actividades y acciones que contribuyan a que el equipo de trabajo para la operación del Contact Center aumente el sentido de pertenencia y vinculación a la CCB, para ello deberá diseñar programas de reconocimientos y compensaciones periódicos a fin de mitigar la rotación y ausentismos, las cuales presentara a la Cámara cuando esta lo estime conveniente.

## **2.8 CAPACITACIÓN**

El OFERENTE debe proporcionar la capacitación y desarrollo de todo el personal que se desempeña en el Contact center con el fin de adquirir y mantener las habilidades y los conocimientos requeridos para su operación, de acuerdo con las exigencias de la CCB. En cualquier momento la CCB podrá, verificar el cumplimiento de las capacitaciones que el proponente se obliga a impartir al personal asignado para la labor. Estará a cargo del Oferente la capacitación para el cierre de brechas de competencias detectadas en el proceso de selección frente al perfil requerido, siempre y cuando estas no impliquen un incumplimiento a los requisitos del cargo.

Adicionalmente debe desarrollar el material y pruebas de capacitación que sean necesarias en relación con productos, servicios, sistemas, procesos, procedimientos y políticas provistos por LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

Todos los capacitadores del OFERENTE encargados de la capacitación relacionada con LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, deberán:

- Poseer experiencia previa de capacitación a adultos, además de experiencia en Centros de Contacto o de servicio al cliente.
- Proporcionar un ambiente de capacitación adecuado, a fin de sustentar el entrenamiento de las personas sobre los sistemas que se utilicen en el centro de contacto. Se debe incluir, entre otros, estaciones de trabajo con acceso a todos los sistemas para escritorio requeridos en el piso de producción y ACDs y auriculares operativos.

Llevar las estadísticas mínimas de capacitación que incluirá, entre otros, lo siguiente:

- Una base de datos de registros que incluya toda la capacitación recibida por agente y supervisor y el puntaje original y de pruebas subsiguientes obtenido en cada prueba relacionada con la capacitación.
- Pruebas originales dadas por todo el personal del OFERENTE en los últimos 365 días.
- Encuestas posteriores a la capacitación.
- Cronogramas de capacitación.
- Resultados de la certificación.

Todas las clases, sean de capacitación permanente o recién contratada (mejoramiento, actualización o entrenamiento cruzado) van acompañadas de una evaluación al final de la misma la cual debe ser positiva. Será responsabilidad del Oferente el desarrollo de dichas pruebas.

Para toda capacitación el OFERENTE deberá contar con una política implementada que detalle los pasos de la acción correctiva que deberá iniciarse en caso de que el individuo no aprobara la evaluación.

El OFERENTE deberá tener disponible los informes de síntesis detallado de la actividad de capacitación completada en cada sitio y como una empresa.

El OFERENTE asegurará que todo el personal gerencial complete las mismas unidades de capacitación de manera exitosa que el personal que ellos estén supervisando o monitoreando.

La capacitación en el manejo de las plataformas y aplicativos de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ donde se encuentra disponible la información que deben suministrar telefónicamente los agentes y Supervisores, estará a cargo de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Esta capacitación debe ser tomada por todo el personal que prestará el servicio de Contact Center dependiendo el servicio en el que van a trabajar.

EL OFERENTE deberá establecer un procedimiento de migración del personal que termina el proceso formativo durante el cual se realice seguimiento especial a los nuevos integrantes de la operación con el fin de optimizar la curva de aprendizaje.

Las capacitaciones inherentes al buen desempeño de la labor del Contact Center, tales como: Atención al cliente, manejo de clientes difíciles, modulación de la voz, habilidades de ventas, motivación y demás, estarán a cargo del OFERENTE y éstas no deberán interferir el horario definido para la atención. El oferente debe presentar el plan de capacitación adjuntando la descripción detallada del mismo y su periodicidad. Adicionalmente deberá definir a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ los tiempos de capacitación sobre actualización y mantenimiento en producto con los que cuenta sin afectar los indicadores y niveles de servicio acordados.

Las capacitaciones deberán incluir temas blandos (protocolos, servicio al cliente, manejo de clientes, identificación de tipos de cliente, ventas, habilidades comerciales, manejo de objeciones, redacción y ortografía etc.) Mensualmente se deberá entregar a la Cámara de Comercio de Bogotá el cronograma del mes siguiente discriminando el tipo de formación, personal convocado, si es evaluable o no; así como el informe de cobertura del plan de formación del mes anterior.

De igual forma, se deberá realizar al menos una vez al año un plan de formación en habilidades de liderazgo para todo el equipo staff (supervisores, jefes, formadores, monitores, etc.), donde se contemplen programas de formación en habilidades de gerenciamiento de equipos, coaching, estrategias de formación, seguimiento, habilidades gerenciales, etc.

Deben existir re-capacitaciones formales para todo el personal existente si cambian los requisitos de habilidades y conocimientos.

Periódicamente, según se acuerde con la CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, se deberá realizar seguimiento de certificación de conocimientos a todo el personal que labora con la operación de la Cámara de Comercio de Bogotá, el cual deberá contener umbrales mínimos para aprobación.

Se debe definir y aplicar un esquema de entrega de información a los agentes que garantice su permanente actualización en los procesos, productos y servicios de la operación para la cual fueron asignados.

### 2.8.1 Capacitación - Nuevos contratados

Esta capacitación es brindada en el programa de capacitación que se desarrolla en la clase dirigida por el instructor, mediante role-plays y entrenamiento en vivo. El propósito es crear el juego de habilidades y la base de conocimiento requerido para cumplir con los requisitos de la Unidad de Negocio. Esta capacitación inicial debe ser de mínimo 10 días hábiles.

### 2.8.2 Capacitación permanente

La capacitación que se imparte después de la capacitación inicial de nuevos contratados se clasifica como capacitación permanente.

Los agentes capacitación permanente (solventadas por el OFERENTE, incluido en la tarifa para agentes) anualmente (capacitación para mejorar habilidades, capacitación especializada y/o de actualización).

El OFERENTE brindará capacitación en liderazgo / gestión para el personal gerencial y de soporte (gerentes, capacitadores, gerentes de recursos, etc.) por año.

El OFERENTE brindará capacitación de desarrollo de capacitadores para todos ellos por año a su cargo, excluyendo las sesiones de entrenamiento para capacitadores.

LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y el OFERENTE trabajarán en forma conjunta para definir la capacitación permanente que se deba dictar o que sea necesaria para los agentes.

## 2.9 GESTIÓN DE DESEMPEÑO

Todas las personas que conforman la campaña de la Cámara de Comercio de Bogotá, deberán contar con objetivos individuales de desempeño, los cuáles deben ser revisados semestralmente entre el coordinador de la campaña y el resto del equipo de trabajo. Estos objetivos deben estar alineados con los objetivos estratégicos de la Cámara de Comercio de Bogotá y dependen de cada una de las áreas en las que el agente se desempeñe.

A partir de esa revisión se deberán definir planes de acción individuales para cada persona. Estos resultados permitirán identificar agentes de desempeño bajo o alto, para los cuales se definirán las competencias que se requieren para promover a esas personas dentro de la campaña.

Para aquellos agentes que no cumplan con los objetivos definidos, debe existir un plan de acompañamiento para mejorar el desempeño.

El OFERENTE desarrollará y sustentará los procedimientos documentados para administrar activamente los agentes que no cumplan con el estándar mínimo de desempeño dentro de un marco de tiempo que especificará LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. El OFERENTE deberá proporcionar pruebas documentadas de su cumplimiento con este requisito si LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ solicitara una auditoría.

El OFERENTE deberá permitir a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, solicitar la no conexión parcial o total a sus operaciones de aquél personal que, por sus bajos rendimientos en indicadores, por malos resultados en calidad, por situaciones comprobables de maltrato al cliente o intento de fraude, sin que esto pueda generar incumplimientos en los niveles de servicio, calidad o cumplimiento de presupuestos comerciales acordados previamente con LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. En cualquier caso, dicha solicitud deberá ser atendida y ejecutada por el OFERENTE en un plazo no superior a 12 horas.

## **2.10 CLIMA LABORAL**

El OFERENTE debe como mínimo anualmente realizar encuestas de clima laboral, con el fin de asegurar el bienestar de los agentes. Esta información debe ser compartida con LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y se debe asegurar un plan de acción en el caso de tener al menos una persona inconforme.

Adicionalmente se debe tener un programa de acompañamiento a los asesores, en donde periódicamente el OFERENTE debe tener sesiones de retroalimentación con el fin de asegurar su bienestar e identificar oportunidades de mejora, así mismo debe tener planes de carrera para sus trabajadores, a fin de garantizar su motivación y buen desempeño.

La Cámara de Comercio de Bogotá, en cualquier momento durante del desarrollo del contrato, podrá realizar encuestas de clima laboral, así como solicitar los planes de carrera y calidad de vida al OFERENTE.

## **2.11 ROTACIÓN Y AUSENTISMO**

El OFERENTE deberá medir y gestionar la rotación del personal para los agentes de todas las áreas y los supervisores, y el ausentismo de las personas que se desempeñan en puestos claves relacionados con el cliente.

EL OFERENTE deberá informar a la Cámara de Comercio de Bogotá el detalle de las encuestas de retiro, consolidando la información más relevante en un informe mensual.

### **2.11.1 Rotación**

La rotación debe medirse a nivel general y a nivel de campañas y deberá analizarse mensualmente, reportándolo como un % donde se debe incluir el detalle de la desvinculación.

Dentro de los reportes mensuales que se deben entregar a la Cámara de Comercio de Bogotá, se debe enviar:

- Rotación mes a mes
- Rotación por meses de antigüedad en el puesto
- Pareto de causas de retiro

El OFERENTE deberá tener dentro de sus procedimientos de desvinculación o retiro de personal, una encuesta de retiro en donde se conozcan los motivos de su retiro y realizar acciones de mejora según su feedback. Esta información puede ser requerida por LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ cuando lo estime conveniente.

#### 2.11.2 Ausentismo

El ausentismo deber medirse a nivel general y a nivel de programa y deberá analizarse mensualmente reportándolo como un % anualizado. Se debe incluir el ausentismo no programado pago.

El cálculo del ausentismo no se debe ver afectado por: Cambios de corto plazo en la programación o la posibilidad de que el OFERENTE cuente o no con los agentes suficientes durante el turno para manejar el volumen de llamadas.

Las siguientes excepciones no deberán incluirse dentro del cálculo del ausentismo: Los casos en los que con 24 horas de anticipación se negocia con el agente su falta o los casos en los que se le solicitan a los agentes que se vayan más temprano o que no se presenten, por cambios en el volumen de llamadas pronosticadas.

El OFERENTE deberá contar con acciones claras, como planes de contingencias para no afectar los niveles de servicio en los casos en los que se cuente con altos niveles de ausentismo.

### **3 . ARQUITECTURA FISICA Y TECNOLOGICA**

#### 3.1 INFRAESTRUCTURA FISICA

LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ requiere un espacio en donde los agentes estén cómodos y se sientan parte de la CCB, aun cuando se encuentran dentro de las instalaciones del OFERENTE. Para esto, se requiere que toda la operación se encuentre en un espacio aislado de otras operaciones. LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ podrá solicitar cambios o rediseños del lugar físico destinado a esta operación, en caso de no cumplir con el espacio y las condiciones acordadas.

El OFERENTE debe contar como mínimo con una Sede o Centro de Operación en la ciudad de Bogotá, para la operación y ejecución del contrato que se suscriba. Asimismo, debe garantizar una sede alterna que sirva para planes de contingencia.

Se debe contemplar la siguiente estructura:

- Posibilidad de crecimiento, manteniendo la comodidad de los agentes.
- Estructura antisísmica.
- Espacio de cafetería y zona de descanso
- Permitir operar en forma continua (24/7) los 365 días del año.
- Contemplar espacios para el manejo institucional de la imagen de la Cámara de Comercio de Bogotá.
  
- LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ exige que las personas que atiendan a sus clientes trabajen en un ámbito seguro, protegido y estéticamente adecuado, para esto LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ podrá exigir una señalización para identificar la campaña.
  
- El OFERENTE debe permitir el uso de salas de reuniones y capacitaciones en sus instalaciones a disposición de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ en caso de requerirse, dotadas de tablero acrílico, video beam y pantalla retráctil para proyección, computadores, acceso a internet, etc.
  
- El OFERENTE debe asegurar que el entorno de trabajo de los asesores está acorde a los requerimientos mínimos de trabajo y no presentar (ej.: hacinamiento, mala iluminación, control de temperatura inadecuado, control de plagas, condiciones ruidosas, etc.).

### 3.1.1 PUESTOS DE TRABAJO

- Cada puesto debe ser independiente y debe tener la estructura adecuada, que permitan la disminución del ruido en cada puesto de trabajo.
- La superficie de trabajo debe ser lo suficientemente amplia y cómoda para que el agente se sienta conforme.
- Se debe incluir una silla ergonómica con las siguientes características: Giratoria, con brazos, espaldar medio ajustable en altura y profundidad, contacto permanente, elevación neumática.
- El computador del asesor no podrá tener abiertos los puertos USB para dispositivos de almacenamiento, con el fin de proteger la información de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Estos equipos de cómputo deben tener los programas y software actuales y adecuados para garantizar el servicio y las necesidades de la CCB.
- El OFERENTE debe suministrar las diademas, La Cámara de Comercio de Bogotá recomienda que éstas sean de uso personal y en ningún momento se compartan entre asesores; sin embargo, en caso de ser un recurso compartido, el OFERENTE deberá garantizar que TODAS las diademas cuenten con los elementos de seguridad e higiene personal, ergonómicas, livianas, de óptima calidad sonora, micrófono con reducción de ruido –anti-ruido, control volumen y almohadilla para los oídos. La Cámara de Comercio de Bogotá estará en total libertad y autonomía de no autorizar la gestión de un asesor que se encuentre sin éstos implementos sin que esto conlleve a una pérdida de productividad de la operación que implique caídas en niveles de servicio y/o incumplimientos en los presupuestos diarios de ventas. En caso de daño, se debe garantizar un backup o un reemplazo inmediato de éstos elementos, de tal manera que el servicio no se vea afectado por este tipo de inconvenientes.
- El asesor debe contar con un locker fuera del área de trabajo en donde pueda guardar sus pertenencias.
- El asesor no podrá tener sus objetos personales en el puesto de trabajo.

### 3.1.3 PROTECCIÓN Y SEGURIDAD

LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ exige a las personas que atiendan a sus clientes actuales, y potenciales trabajar en un ambiente seguro, protegido y agradable, para ello deberá cumplir con las políticas y procedimientos de protección y seguridad de La Cámara de Comercio de Bogotá.

Cada sitio suministrará una credencial de identificación con foto a todos los empleados, y limitará el acceso a las instalaciones destinadas a la Cámara de Comercio de Bogotá a través tarjeta electrónica u otro medio de identificación.

### 3.1.2. PERSONAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ EN INSTALACIONES DEL OFERENTE

El oferente deberá brindar cuando se requiera un puesto de trabajo cómodo con acceso a internet para el personal de la cámara de comercio que, por necesidad del servicio, capacitaciones, reuniones y/o seguimientos deba estar en las instalaciones de la operación.

## 1.2 INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

El OFERENTE deberá contar con tecnología de punta, que permita la mejor ejecución de cada uno de los procesos claves relacionados con el cliente, asegurar la actualización permanente y continuamente proponer a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ nuevos aplicativos para mejorar los procesos. En general se requiere de ACD, IVR, encolamiento inteligente de clientes, Pop up screen, Workforce Management, marcación previa y progresiva y/o predictiva, monitoreo silencioso, grabación de voz, grabación de datos, sistema de administración de cargues de listados, auditoria y grabación para aseguramiento de calidad, sistema de administración de contactos, desarrollos de atención de chat y cualquier otra herramienta necesaria para atender con calidad y eficiencia la operación del Contact Center.

Para los servicios ofertados, el OFERENTE debe garantizar la mantenibilidad, modularidad, compatibilidad, adaptabilidad, facilidades de integración con otros sistemas, actualización tecnológica y escalabilidad de la plataforma tecnológica, de igual forma el OFERENTE se compromete a ejecutar los desarrollos que requiera la operación según los requerimientos de La Cámara de Comercio de Bogotá.

### 3.2.1 PLANTA TELEFÓNICA

#### 3.2.1.1 PBX

Se requiere utilizar un PBX o central telefónica para la administración de tráfico telefónico tanto entrante como saliente, que soporte el tráfico de la operación basado en el comportamiento del último año, y permita garantizar adecuados niveles de crecimiento, en cuanto al número total de extensiones y número total de troncales.

La planta telefónica debe tener la capacidad de reportar en tiempo real el estado de ocupación de los canales telefónicos (enlaces primarios contra los OFERENTES de telefonía fija y enlaces entre la planta telefónica y el IVR). El OFERENTE es responsable de mantener un histórico de la

ocupación de estos canales y reportar cuando se requiera esta información a la Cámara de Comercio de Bogotá. El OFERENTE debe garantizar la No pérdida de llamadas entrantes, en caso de ocupación al 100% de los canales contra la PSTN (Public Switched Telephone Network) o contra el IVR, el OFERENTE deberá tener un mecanismo de desborde que minimice el impacto de esta situación e informar inmediatamente a la Cámara de Comercio de Bogotá.

### 3.2.1.2 Extensiones

Cada agente debe tener asignado una terminal de voz con las siguientes características:

- Contestar llamadas, terminar llamadas.
- Botones programables con facilidades del sistema, para obtener información en línea como:
  - o Permitir al agente visualizar estadísticas en tiempo real de las colas de llamadas.
  - o Indicador de mensajes de Espera
  - o Manejo de estados Auxiliares – ACW, etc.
  - o Líneas múltiples hasta 3 canales.
  - o Patrones de selección de timbres
  - o Altavoz
  - o Pantalla para desplegar información

En caso de que los teléfonos no desplieguen información, debe proveerse un sustituto para el despliegue de la información.

### 3.2.1.3 Alta disponibilidad

Teniendo en cuenta que las llamadas gestionadas en el Contact Center representan en su mayoría la solicitud de los servicios que ofrece la CCB a los clientes, El Oferente debe garantizar el procesamiento de las llamadas aún ante fallas críticas de todos los sistemas con una disponibilidad de la central telefónica del 99.9% en la franja horaria de operación de lunes a viernes 8:00 a 6:00 p.m. y sábados de 9 a 1 P.M., o en horarios adicionales que la Cámara informe por necesidad del servicio, como en temporadas de alto tráfico.

### 3.2.1.4 ACD (Sistema automático de distribución de llamadas)

El servicio se complementa con los sistemas de reporte integrados que permitan a la Cámara de Comercio de Bogotá conocer en línea y por intervalos de 15 minutos, medias horas y acumulados diarios, semanales, quincenales y mensuales el desempeño de la operación. Se requiere capacidad para almacenar históricos mínimo un año. La Cámara de Comercio de Bogotá debe tener acceso en línea al sistema de estadísticas.

El ACD de la planta telefónica debe permitir el manejo de múltiples skill por un mismo agente y el sistema de estadísticas debe permitir el reporte por agente y por skill.

La planta telefónica debe permitir la funcionalidad de configuración de Activity Code para los estados auxiliares de los agentes. Deben poder configurarse hasta 9 Activity Codes, los cuales serán administrados acorde con las políticas establecidas por La Cámara de Comercio de Bogotá. En el sistema de estadísticas del ACD se debe poder generar reportes de los activity code por cola de llamadas y por agente.

Facilidad para utilización de Hold y mensajes en la cola de espera por asesor, skill, en diferentes intervalos de tiempo se deberá poder utilizar medios como pautas publicitarias, promociones, recordatorios, y en general cualquier tipo de grabación institucional, los cuales serán entregados por la Cámara de Comercio de Bogotá. La planta telefónica debe permitir estadísticas para gestionar el uso del hold y los mensajes en la cola de espera por asesor, skill, en diferentes intervalos de tiempo previamente definidos por la Cámara de Comercio de Bogotá.

Los cambios en las grabaciones del hold, mensajes en la cola de espera y mensajes en el IVR deberán ser implementados en un plazo no superior a 8 horas, a partir de la entrega de la solicitud por parte de la Cámara de Comercio de Bogotá.

### **3.2.1.5 IVR (Sistema interactivo de respuesta por voz)**

El OFERENTE debe colocar un sistema de IVR, con disponibilidad 7x24x365 y permitir:

- Gestionar el 100% de las llamadas entrantes, para ello debe tener la capacidad de soportar todo el tráfico de llamadas.
- Diseñar e implementar el árbol de gestión de llamadas, dinámico, actualizable, de fácil actualización, flexible a cambios en línea, de acuerdo con las necesidades de la operación de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- Realizar operaciones, tanto de consulta como de actualización, con bases de datos, tales como MS SQL Server, Oracle, Web Service.
- Convertir en palabras valores numéricos, valores monetarios, fechas y horas almacenadas en controles previos.
- Conversión de pulsos a tonos.
- Recibir dígitos desde el teclado telefónico (Dígitos 0 al 9), del cual se realiza la llamada.
- Funcionar como enrutador de tráfico hacia diferentes skills previamente definidos.
- Las grabaciones de los menús de opciones y de los audio-textos, deben tener calidad profesional y mantener un alto estándar.
- Un sistema de reportes de gestión de la plataforma (audio-textos, navegación, uso de canales, transacciones realizadas).

Actualmente el IVR soporta consultas transaccionales hacia los clientes, interactuando con WEB Service hacia la infraestructura de la Cámara de Comercio de Bogotá. Estas funcionalidades deberán quedar implementadas en la salida a producción y debe permitir nuevas durante el transcurso del contrato.

En caso modificaciones al IVR, el OFERENTE realizara los ajustes con un máximo de 10 horas mensuales de desarrollo.

### **3.3. RESPALDO Y SOPORTE TÉCNICO DEL SERVICIO**

Será de exclusiva responsabilidad del OFERENTE cualquier licencia (software, ambientales, de operación, otras) o permisos de las autoridades competentes que, de acuerdo con la ley deba obtener para las obras o labores que son materia del Contrato y en la ejecución de éste se sujetará a todas las normas legales vigentes, entre ellas las de derechos de autor.

Debido a la utilización de una infraestructura externa a la Cámara de Comercio de Bogotá, se debe indicar detalladamente bajo qué condiciones técnicas, de infraestructura, entorno de trabajo y procedimientos se prestaría el servicio, las cuales deben cumplir como mínimo las condiciones establecidas por la A.R.P. para entornos de trabajo asociados a la actividad de Contact Center en cuanto a iluminación, temperatura, humedad, ergonomía y acústica.

El OFERENTE es el responsable de la operación, mantenimiento preventivo y correctivo, administración, respaldo, recuperación de los diferentes elementos tanto de hardware (equipos de procesamiento y/o almacenamiento, PCs, redes de datos, redes de Telecomunicaciones, equipos telefónicos y de telefonía etc.) como de infraestructura de software (sistema operativos, bases de datos, servidores de aplicaciones, portales, fax, Web Server, antivirus, software de help desk, software de backup etc.), puestos al servicio de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Estos sistemas deben poseer redundancia de operación y eléctrica de tal forma que garanticen la disponibilidad exigida por La Cámara de Comercio de Bogotá, la cual debe ser por lo menos del 99,7% medida en intervalos de un (1) día. Es indispensable, que dicha redundancia sea aplicada tanto a los canales de voz, como de datos, y contemple la continuidad tanto de los equipos de cómputo de los asesores como de los equipos de telefonía y telecomunicaciones. Los equipos críticos de la operación deberán tener redundancia en la fuente de alimentación de energía eléctrica y circuitos eléctricos diferentes alimentados desde fuentes de energía diferentes.

El OFERENTE debe contar con los contratos de mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos críticos de la infraestructura técnica. El OFERENTE deberá evidenciar la existencia de dichos contratos y la ejecución de los mismos.

Para las actividades de mantenimiento programado el OFERENTE deberá informar con la debida anticipación a la Cámara de Comercio de Bogotá. Dichas ventanas de mantenimiento preventivo o correctivo deberán tener documentados los procedimientos de Rollback y los planes de contingencia previstos para el escenario de falla en las actividades programadas.

El OFERENTE debe suministrar los PCs y los accesorios que sean necesarios para la operación objeto de la presente invitación. EL OFERENTE será el responsable por el funcionamiento, mantenimiento preventivo y correctivo y administración de los PCs. Las características técnicas de estos equipos serán exigidas y avaladas por la Cámara de Comercio de Bogotá según sus estándares de productividad, los cuales contemplan como mínimo los siguientes requisitos de Hardware: Procesador I3 Dual Core, 4 GB de memoria RAM, 320 GB de disco duro y pantallas LCD de 19". El OFERENTE deberá contar con un servicio de soporte técnico que permita registrar y hacerle seguimiento a cada una de las fallas reportadas. En caso de daño del equipo del Pc`s el OFERENTE debe asignar un nuevo equipo de iguales características en un tiempo no superior a una hora.

El OFERENTE debe garantizar que los PCs instalados para el servicio a contratar cuenten con la capacidad de procesamiento, almacenamiento así como las licencias de Microsoft Office versión 2007 o superiores (o herramientas similares y compatibles), correo electrónico (no web), que permita mantener carpetas personales (.pst o similares) con el fin de garantizar la información enviada y recibida para la adecuada prestación del servicio.

El OFERENTE deberá tener documentada toda la infraestructura técnica que soporta los servicios, incluyendo diagramas de la red de datos, voz, documentación de los canales, puertos y equipos críticos de la operación.

Es responsabilidad del OFERENTE establecer un único contacto a nivel técnico que se encargue de canalizar y coordinar todas las actividades y requerimientos técnicos y tecnológicos que La Cámara de Comercio de Bogotá disponga.

### **3.4 HERRAMIENTAS ADICIONALES**

El OFERENTE deberá contar con las siguientes herramientas para el manejo y control de la operación:

- Impresora
- Televisor que permita ver los indicadores todo el tiempo
- Alarma auditiva o visual cuando estén cayendo los indicadores de Nivel de servicio y Nivel de Atención.

### **3.5. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

#### 3.5.1 Acceso a los sistemas de información de la CCB

##### 3.5.1.1 Enlaces de Comunicaciones

El OFERENTE seleccionado deberá suministrar dos canales de comunicaciones entre su sede y la CCB edificio Salitre (Av. Calle 26 No. 68D 35), los cuales serán utilizados de la siguiente forma:

- Un canal dedicado de exclusividad para transmisión de datos, que conectara a la red privada de datos de la CCB, mínimo de 20 Mbps., los equipos de comunicación también deberán ser responsabilidad del OFERENTE seleccionado para la prestación del servicio.
- Un canal dedicado de exclusividad para transmisión de servicios de voz. Canal de comunicación de 30 líneas (ancho de banda de dos (2) Mbps), el cual servirá para comunicación y transferencia de llamadas entre el proveedor de servicios y la Planta telefónica Avaya Aura V7. Los gastos de licenciamiento que se puedan generar estarán a cargo del OFERENTE seleccionado de la solución de Contact Center.
- El OFERENTE debe contemplar los canales de backup para la parte de Datos y Voz en caso de indisponibilidad de los enlaces principales.

#### 3.5.2 Número Telefónico Único

La CCB dispone de un Número Inteligente 3830330 y un numeral corto #383 para dispositivos móviles, para lo cual el proponente deberá disponer de los canales de entrada suficientes para la recepción de llamadas hacia el Contact Center. El OFERENTE deberá proponer alternativas de comunicación para facilitar al cliente el acceso a los servicios.

#### 3.5.3 Sistemas de Información

Los sistemas de Información actualmente están soportados bajo ambientes: cliente/servidor y consultas a páginas WEB.

La CCB posee una solución tecnológica de CRM Microsoft Dynamics versión 2016 donde el Oferente deberá instalar el producto respectivo (cliente) en las estaciones de los Agentes, haciendo uso de Licencias de Propiedad de La CCB en los equipos requeridos de ser necesario.

Para integrar el sistema CRM, el OFERENTE deberá contemplar el ancho de banda del canal dedicado para que no se afecten los tiempos de respuesta.

El OFERENTE deberá contar con un aplicativo que permita almacenar la información de contactos y oportunidades comerciales que se deriven de la operación. Esta data deberá estar disponible para ser migrada a CRM en el momento que se requiera.

El OFERENTE en su plataforma debe tener la capacidad de exponer y consumir web services de acuerdo con las necesidades de la CCB, teniendo en cuenta que la plataforma con la cual se va a integrar es el CRM de Microsoft versión 2016.

En caso de actualizaciones de la plataforma tecnológica de la CCB, el oferente debe realizar los ajustes e implementación de los cambios correspondientes para garantizar la conectividad entre los sistemas sin que esto implique costos adicionales para la CCB.

El oferente deberá exponer los servicios que permitan el envío de mensajes de texto, correos electrónicos y demás servicios que le aporten valor a la entidad desde cualquier aplicativo de la CCB.

La cámara de comercio podrá solicitar la integración por medio de Web Services de cualquier interacción del Oferente para tipificarla y enviarla al CRM de la CCB.

Como requerimiento de la Cámara de Comercio de Bogotá, los agentes del Contact center, deberán tener como mínimo instalado, un browser de páginas WEB para consultas a Sirep2 (sistema de registros públicos), pagina institucional, servicios en línea, entre otros; y cuando se requiera para el desarrollo de sus actividades Java Swing de IBM, suministrado por la Cámara de Comercio de Bogotá.

### **3.6. APLICATIVOS DEL OFERENTE**

#### **3.6.1 Aplicativo de administración de llamadas telefónicas**

Se utiliza para gestionar el contacto con cada uno de los clientes que llaman al Contact Center el cual contiene las siguientes funcionalidades generales:

- Permite la administración de Gestión de Agentes. Registra el total de llamadas atendidas tipificadas de acuerdo a las especificaciones dadas en el diseño funcional del servicio.
- Concentrador de aplicaciones: Permite configurar campañas de forma dinámica, realizando un control detallado de la gestión telefónica y de operación de las aplicaciones del negocio en forma integrada.

- Envío y recepción de información del cliente y de gestión en línea a las aplicaciones del negocio relacionadas en la llamada con la finalidad de:
  - o Determinar la efectividad de la llamada.
  - o Determinar en la aplicación del negocio si el resultado de la transacción es Inbound o Outbound.
  - o Determinar Fecha, hora, programa y agente que atendió la llamada.
  - o Determinar Fecha y hora de terminación de la llamada
  - o Visualizar los comentarios de cada una de las llamadas para hacer los respectivos seguimientos si fuese necesario.
  
- Funcionalidad CTI (integración de *telefonía* informática) Utiliza los componentes para la operación telefónica integrada, permitiendo registrar la información de la operación de cada llamada así:
  - o ANI
  - o DNIS
  - o Tipo de Llamada (Outbound o Inbound)
  - o Fecha de Inicio
  - o Fecha de conexión
  - o Fecha de finalización
  - o Quien colgó primero (El agente o el cliente)
  
- Realizar el Login de los agentes en la aplicación ACD, PBX y todos los componentes del Contact Center que lo requieran en un único punto de inicio de sesión.
  
- Realizar funciones telefónicas como: contestar, terminar, realizar conferencias, posibilidad de transferir llamadas desde la aplicación sin utilizar el teléfono en caso de que se requiera.
  
- Integrador de los flujos de llamadas y operación de Inbound y Outbound: Permite tener en un solo entorno de operación todos los recursos necesarios para la gestión telefónica del agente, permitiendo adicionalmente el Auto-agendamiento de llamadas.
  
- Manejador de encuestas, así como integra las aplicaciones transaccionales, permite integrar encuestas que son generadas de acuerdo a la campaña y calificación de la llamada.
  
- Permite implementar nuevos Scripts, sin que esto implique modificaciones en la aplicación.
  
- Esta conexión con los aplicativos transaccionales también permite que el agente durante la llamada interactúe con los aplicativos sin ayuda del teclado.
  
- Así mismo está conectado al IVR con el objetivo de realizar la encuesta de satisfacción que se le hace al cliente para que califique el servicio recibido al finalizar la llamada.

### 3.6.2 Marcador Automático de Llamadas

EL OFERENTE debe contar con un sistema de marcación automático que permita ejecutar eficientemente las campañas de salida, dicho sistema debe permitir el cargue y descargue de lista de llamadas, la tipificación del resultado de las llamadas, tanto las que no tienen contacto

con una persona (tonos de ocupado, no contestan, buzones, etc.) como el resultado de las llamadas en la cual hay contacto. Este sistema debe permitir integrar diferentes estrategias de marcación (predictiva, progresiva, preview, etc)

El sistema de marcación de llamadas debe permitir la visualización en línea del avance de la gestión de la campaña de salida, tanto a nivel consolidado de todos los agentes como individualmente cada agente, esta información debe permitir la medición de la productividad de los agentes, y de la efectividad de la campaña. La Cámara de Comercio de Bogotá debe tener acceso a la información en línea de las campañas que se encuentren activas. El OFERENTE es responsable de suministrar todos los medios, licencias y demás requerimientos que la Cámara de Comercio de Bogotá requiera para disponer de este acceso en línea.

El sistema de marcación de llamadas en la parte correspondiente al manejo de bases de datos con registros de la Cámara de Comercio de Bogotá, debe cumplir con la política de seguridad en el manejo de Bases de Datos definida por la Cámara de Comercio de Bogotá.

### 3.6.3 Administración de listas o cargues

Software que debe contar con las siguientes funcionalidades generales:

- Preparación de la lista debe poder hacerla un usuario no técnico, pero no es indispensable para el cargue inicial.
- Debe permitir la administración de listas de Outbound, sin la intervención de usuarios técnicos, el supervisor del Contact Center debe estar en condiciones de administrar el cargue y elegir llaves variadas para cargue y activación de listas de gestión de Outbound.
- Integración con el CRM de Cámara con la información de entrada y salida de cada campaña a través de Web services.
- Visualización del resultado de gestión de un cargue, contractibilidad, penetración e intensidad de barrido de una base de datos.
- Validación de registros a cargar si ya está hecha la venta en la base el registro debe no cargarse y marcarse como venta efectiva y el canal de venta.

## 3.7 GRABACIÓN

Se requiere un sistema de grabación de voz y video que permita grabar y almacenar las conversaciones de voz y video de los agentes conjuntamente con la pantalla correspondiente a dicha interacción (monitoreo al lado). Todas las evidencias que queden grabadas y almacenadas deben estar asociadas a un número de radicado que debe tener cada llamada de entrada al Contact Center

La grabación de voz tiene varios objetivos fundamentales dentro del Contact Center entre ellos se encuentra la Calidad del Servicio, Seguridad del Proceso, Desarrollo de la Calidad, Comisiones, Identificación de necesidades de los clientes, Satisfacción de los clientes, Determinar motivadores de no interesado, entre otras.

El porcentaje de grabación de transacciones debe ser del 100% para Voz y mínimo el 15% para datos (pantalla), y el formato de almacenamiento debe ser compatible con el reproductor de Windows Media. En caso que el OFERENTE entregue las grabaciones en un formato no compatible con Windows Media, será total responsabilidad del OFERENTE instalar las licencias

necesarias en los equipos de cómputo que La Cámara de Comercio de Bogotá estime conveniente.

Estas grabaciones deberán ser entregadas a la Cámara de Comercio de Bogotá, en un plazo máximo de dos (2) días hábiles, contados desde el momento en que se realiza la solicitud. El periodo de almacenamiento para consulta en línea de las grabaciones debe ser mínimo de un año. Las grabaciones deben ser almacenadas y organizadas según las políticas que designe La Cámara de Comercio de Bogotá.

Las grabaciones estarán archivadas y rotuladas con base en las políticas que designe la Cámara de Comercio de Bogotá y será responsabilidad del OFERENTE dicho proceso de clasificación de llamadas. El etiquetado solicitado por La Cámara de Comercio de Bogotá es cédula\_login agente\_número telefónico (origen o destino)\_ddmmaa\_hhmm\_skill, sin embargo EL OFERENTE podrá sugerir el etiquetado, el cual en todo caso deberá propender por una ubicación ágil de las llamadas, así como de una administración eficiente de las mismas.

El sistema debe permitir la consulta en línea de las llamadas grabadas y deberá tener la funcionalidad que permita descargar una o varias grabaciones en formato compatible con el reproductor Windows Media.

Estas grabaciones deben incluir: voz de la llamada, la pantalla del agente durante la atención de la llamada y un formulario de evaluación configurable asociado a la llamada.

Esta aplicación debe incluir el módulo de evaluaciones del agente la cual debe estar asociada de forma automática al archivo de grabación y debe tener las siguientes características:

- Puntuación de formularios para evaluar habilidades concretas
- La forma de puntuación y las fórmulas de ponderación que puedan ser establecidas por el usuario
- “Replay” de las interacciones grabadas
- Base de datos de la información capturada en los formatos
- Reportes históricos por agente de las evaluaciones

Las grabaciones deben ser localizables a través del sistema de auditoría para que los agentes estén en capacidad de solicitar el resultado en caso de no estar de acuerdo con la calificación.

El OFERENTE debe dejar claro, cuál es el esquema de respaldo de esta información y de las consultas, para validar cualquier tipo de reclamo y definir claramente los tiempos de envío de las interacciones solicitadas para soporte, ilustración o atención de los clientes.

### **3.8 APLICATIVOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ**

La Cámara de Comercio de Bogotá cuenta con varios aplicativos, a los cuáles deberán acceder los agentes de la línea de atención, estar capacitados para el buen uso del mismo y manejar la completa transparencia y confidencialidad con la información suministrada en cada uno de esos sistemas.

El OFERENTE deberá estar en capacidad de interactuar con las aplicaciones de gestión con que actualmente cuenta la Cámara de Comercio de Bogotá, incluyendo el CRM, sin que ello genere un sobre costo a la operación.

- Browser de páginas WEB
- Cliente Java Swing de IBM.

La solución de IVR que se contrate debe permitir la conexión a través de ambiente web (web services) a la plataforma, la cual posee las siguientes características:

- Base de Datos DB2 versión 9.5
- Websphere Application Server 6.01 y desarrollos en J2EE
- Aplicación Java Swing. Requiere puertos abiertos a nivel del Firewall

### **3.8.1 ANTIVIRUS**

El OFERENTE es responsable de proporcionar protección antivirus para todos los sistemas que posee y controla, incluso para los de sus subcontratistas. El OFERENTE debe asegurar la utilización de la protección antivirus en el escritorio y los entornos de hosting de otros OFERENTES respectivos.

Para todos los servidores (incluidos los servidores de desarrollo, evaluación, modelo Office, piloto y producción) para los que exista protección antivirus en el mercado (software del sistema operativo y/o aplicaciones específicas), el OFERENTE debe proporcionar la siguiente protección antivirus: instalar las actualizaciones del software antivirus provisto por el OFERENTE en los servidores mencionados dentro de las veinticuatro (24) horas del lanzamiento general. El OFERENTE debe realizar escaneos de protección antivirus en todos los correos electrónicos ingresantes. Al momento de la detección de un virus, el OFERENTE tomará rápidamente las medidas necesarias para notificar a la Mesa de ayuda, evaluar el alcance del daño y detener la propagación y el daño progresivo del virus. El OFERENTE seguirá los pasos necesarios para salvaguardar o restablecer la mayor cantidad de datos del servidor y el software que haya sido afectado, en la medida de lo posible. El OFERENTE deberá comprobar que la protección antivirus tenga la capacidad de analizar disquetes o discos duros a discreción.

El OFERENTE deberá usar mecanismos de control, seguridad y prevención antivirus comprobados y disponibles en el mercado. El OFERENTE debe respetar los procedimientos de seguridad de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ a fin de proteger los activos electrónicos y de información de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. El OFERENTE debe realizar una evaluación que contemple la gestión de riesgos para brindar asesoramiento a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ sobre aquellas áreas que estén en riesgo y detectar áreas que necesiten ser tratadas.

El OFERENTE también debe distribuir los procedimientos de seguridad a todos los usuarios del proyecto pertinentes a fin de instruirlos sobre la identificación de virus y las respuestas adecuadas (por ej., realizar copias de seguridad de archivos en forma periódica, no abrir adjuntos de correos electrónicos de fuentes desconocidas, no deshabilitar el software de protección antivirus, etc.).

### **3.8.2 Capacidad de los Sistemas de Operación**

- Crecimiento y otros tipos de modificaciones que respondan a las necesidades de negocios y operaciones proyectadas y reveladas por LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.
- Según un cronograma acordado entre las partes, revisar el modelo de planificación de capacidad basado en el desempeño real.
- Analizar los requerimientos de la aplicación de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y cuantificar su impacto en la capacidad del entorno dentro del alcance (según se requiera).
- implementar enlaces de telecomunicaciones redundantes entre el Contact Center y el sitio en donde están alojados los aplicativos de la Cámara de Comercio de Bogotá, que serán utilizados en la gestión de los servicios. EL OFERENTE debe disponer de 2 puertos LAN a diferentes equipos de la red de acceso WAN.

Si el OFERENTE tiene distribuida la operación en diferentes sedes o puntos, es responsabilidad del mismo, disponer de canales redundantes que permitan tener disponibilidad de los servicios.

El OFERENTE debe disponer de un sistema de monitoreo de los enlaces de voz y datos que permita enviar alertas automáticas en caso de caída de estos enlaces críticos para la operación. El sistema de monitoreo de los recursos de telecomunicaciones debe permitir ver en tiempo real y de forma histórica el estado de ocupación de los enlaces de voz y datos.

Las responsabilidades del OFERENTE incluyen pero no se limitan a:

- Monitorear la utilización del sistema, los límites de capacidad y las necesidades de capacidad esperables.
- Aconsejar a la Cámara de Comercio de Bogotá respecto de la necesidad de aumentar la capacidad, cuando corresponda.
- Proponer metodologías y modelos de planificación de capacidad a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ e incorporar recomendaciones de planificación de capacidad para LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ en su modelo de planificación.
- Revisar formalmente los requerimientos de capacidad como parte del ciclo de planificación normal del negocio de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.
- Asistir a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ para que pueda prever los propios requerimientos de capacidad, monitorear y validar el pronóstico de capacidad respecto de la utilización actual.
- Desarrollar proactivamente y entregar a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, en forma anual o con la frecuencia establecida, pronósticos de capacidad requeridos para soportar la operación.

#### **4. GESTION DEL CONOCIMIENTO**

##### **4.1 ESTADISTICAS- VOLUMETRÍA**

A continuación, se presenta el comportamiento de la operación del Contact Center en el 2016, con sus volúmenes e indicadores.

	Enero 2016	Febrero 2016	Marzo 2016	Abril 2016	Mayo 2016	Junio 2016	Julio 2016	Agosto 2016	Septiembre 2016	Octubre 2016	Noviembre 2016	Diciembre 2016
Llamadas ACD recibidas	15498	25075	73700	44217	24814	22601	18551	22262	20957	19369	17031	16865
% de Abandono	2,00%	1,65%	18,78%	1,97%	1,49%	1,72%	1,94%	1,60%	2,16%	1,93%	1,84%	2,31%
TMO en segundos	307	434	394	373	313	296	288	295	288	315	291	299
Nivel de Servicio	87,79%	90,41%	89,37%	95,56%	86,88%	98,28%	87,69%	89,59%	86,55%	86,94%	88,01%	87,23%
Promedio de agentes	21	49	96	21	18	17	16	19	18	20	18	14

Llamadas recibidas IVR	30418	48167	135014	77414	46787	42761	34706	41712	38524	36653	33262	28974
Llamadas atendidas sin pasar a operador IVR	15498	25076	73699	44216	24815	22601	18551	22262	20957	19370	17031	16865
Duración promedio de llamadas IVR en segundos	171	189	141	158	158	121	122	121	122	124	123	676

Chat atendidos	14.844	22.915	61.544	24.330	19.820	18.879	16.671	19.103	18.312	16.884	15.239	12.862
% de abandono	3,40%	2,13%	11,24%	1,74%	4,52%	2,75%	4,37%	2,88%	6,96%	4,96%	4,89%	12,91%
TMO Chat	11:52	13:13	16:01	14:12	13:36	14:01	13:23	13:50	14:12	13:39	12:12	11:11
Promedio de agentes Chat	4	12	17	13	8	7	7	6	6	4	4	3

## Chats Atendidos 2012 – 2016

Chat	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
2012	5617	7944	11559	9135	9178	6474	7901	8665	8474	9566	8943	7675
2013	10611	14678	26115	24393	17462	14758	17726	15293	17111	14831	11191	10424
2014	10.543	17.091	32.758	23.213	17.894	12.390	15.869	13.776	14.729	13.568	10.852	9.520
2015	10.859	14.851	52.708	28.573	17.177	14.936	18.462	15.184	17.066	15.161	13.331	10.998
2016	14.844	22.915	61.544	24.330	19.820	18.879	16.671	19.103	18.312	16.884	15.239	12.862

## Escribanos Atendidos 2012 – 2016

Escribanos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
2012	490	683	1040	657	665	509	497	483	511	476	389	272
2013	446	686	657	897	725	701	813	785	707	819	623	254
2014	486	1519	1366	989	1376	1116	772	1327	1405	1263	920	484
2015	397	1011	1232	1287	758	681	807	670	748	584	539	321
2016	559	709	1957	1087	837	745	700	868	873	943	650	395

## 4.2 INDICADORES

LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ solicita al OFERENTE la medición de los indicadores. Estos indicadores se clasifican en dos segmentos aplican en forma independiente para todas y cada una de las operaciones descritas en lo referente a la operación, por lo tanto, cualquier bonificación/penalización será aplicada a la unidad en que se presente el sobrecumplimiento/incumplimiento. Las metas aquí establecidas son las de inicio de la operación, y LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, podrá modificar estas metas, si así lo requiere el servicio, de común acuerdo con EL OFERENTE, lo cual será informado con mínimo quince (15) días antes de la fecha efectiva de su aplicación.

INDICADORES MÍNIMOS				
INDICADOR	Frecuencia	Unidad de Medida	Meta	DEFINICIÓN INDICADORES
<b>Nivel de Atención/Abandono</b>	Mensual	Porcentaje	95%	% de llamadas atendidas por agente frente al total de llamadas entrantes. El nivel de abandono no debe superar el 5% (inbound y chat)
<b>Nivel de servicio</b>	Mensual	Porcentaje	88/20	Porcentaje de las llamadas deben ser contestadas antes de 20 segundos o menos. Para las temporadas altas se pueden presentar excepciones del porcentaje del nivel de servicio (acordados con la CCB) (inbound y chat)
<b>Calidad (Error Crítico y No Crítico)</b>	Mensual	Porcentaje	Máximo 2%	ERROR CRITICO: aquellos atributos en los que una equivocación hace que la transacción completa sea defectuosa. (Generan reprocesos o costos adicionales)  Formula: Total de monitoreo con errores críticos/Total de Llamadas Monitoreadas.
			Máximo 5%	ERROR NO CRITICO: equivocaciones que no invaliden toda la transacción.  Total de errores no críticos/total de llamadas monitoreadas.
<b>Resolución en el primer contacto</b>	Mensual	Porcentaje	80%	Indica el porcentaje de llamadas que quedan totalmente atendidas con un solo contacto del cliente. (inbound y chat)
<b>Rotación de personal</b>	Mensual	Porcentaje	Max 10%	Porcentaje de rotación mensual del personal asignados al servicio de inbound y chat. Corresponde al número de retiros sobre el número de planta asignada.
<b>Formación de personal- Unificación de Criterios</b>	Trimestral	Porcentaje	90%	Evaluar el nivel de conocimiento de la operación respecto a los procesos, lineamientos y demás criterios que determine la Entidad. (inbound y chat)
<b>Disponibilidad de la plataforma tecnológica Y central telefónica</b>	Mensual	Porcentaje	99,7% Plataforma 99.9% central telefónica	Porcentaje mínimo de tiempo en que están disponibles las plataformas tecnológicas y central telefónica.
<b>Índice de satisfacción Cliente – con llamadas</b>	Mensual	Índice	4.5	Mide la satisfacción de los clientes en el momento de ser atendidos por el personal de la operación. Se evalúa en cada llamada de 1 a 5

<b>Índice de satisfacción de clientes Contact center – medición CCB</b>	Anual	índice	87	Medición a través de encuestas que realiza la CCB.
<b>Índice de clima laboral de la campaña</b>	Anual	índice	80	Mide el clima laboral de los agentes de inbound y chat de la campaña. En una escala de 1 a 100.

#### 4.3 INFORMES

El Oferente deberá garantizar a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ el acceso en línea remoto a las herramientas de generación de informes, así como las licencias necesarias para el acceso remoto a las aplicaciones de control (ACD, marcadores, monitoreo) a las personas que sean los encargados de controlar la operación; sin que esto implique la supresión de informes finales o por intervalos acordados previamente. Los informes deberán estar disponibles en las fechas estipuladas entre LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y el OFERENTE.

El OFERENTE deberá generar y entregar a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ los siguientes informes:

- a. Mensualmente informe de gerencia antes del quinto (5) día hábil, respecto del mes inmediatamente anterior, con análisis sobre la administración del Contact Center, el resultado de los indicadores y las acciones de mejoramiento. Los análisis deben presentarse en consolidados, junto con los respectivos planes de acción, con el detalle de atención independizando los datos registrados entre semana, sábados, domingos y festivos. En caso de presentar variaciones en los indicadores por debajo de los pactados, se debe abrir el detalle de atención a rangos diarios e incluso hora a hora o medias horas, que permita identificar la causa de incumplimiento. Este informe se deberá discriminar de la siguiente manera:
  - Informe gerencial de cada una de las unidades.
  - Informe de gestión de la actividad del Contact Center.
  - Informe de gestión de calidad
  - Informe de gestión de entrenamiento y formación.
- b. Adicionalmente el OFERENTE a solicitud de la Cámara, deberá presentar informes periódicos (diario, semanal, mensual, anual etc.), con información relevante tal como:
  - Llamadas ofrecidas
  - Llamadas atendidas
  - Llamadas atendidas dentro del nivel de servicio esperado
  - Llamadas abandonadas
  - Porcentaje de atención, abandono.
  - Nivel de servicio
  - Duración de llamadas (AHT). Discriminando tiempos de Hold, ACW, ACD, otros.

- Tiempo loguin total y por asesor.
- Tiempo promedio de atención (ASA)
- Porcentaje de ocupación de los asesores
- Avance de gestión de las bases de datos
- Estadísticas de navegación en IVR
- Abandonos en IVR
- Rutas más/menos utilizadas en el IVR
- Contactabilidad de las bases de datos
- Efectividad
- Ausentismo
- Adherencia al turno general
- Resolución en el primer contacto
- Resultados de la encuesta de servicio del IVR
- Notas promedio de calidad
- Notas promedio de conocimiento
- Tipologías de llamadas en periodos diarios, mensuales y anuales.

Otros Informes adicionales que sean inherentes a la operación y se puedan generar a solicitud de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. El OFERENTE debe asegurar que estos reportes puedan ser consultados en línea y entregados en medio magnético una vez sea solicitado por las personas autorizadas por LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ en un tiempo no superior a dos (2) días hábiles.

#### 4.4 SEGUIMIENTO A LA GESTIÓN

LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ se reserva el derecho de realizar controles a la gestión de la operación y del contrato por medio de un TERCERO completamente ajeno a la relación contractual entre el OFERENTE y LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, el cual contará con total respaldo y autorización por parte de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y deberá tener por parte del OFERENTE la máxima colaboración con sus requerimientos, los cuales en cualquier caso vendrán avalados por LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

La anterior intervención incluye la revisión detallada de los soportes de facturación entregados por el OFERENTE, y contempla el diseño de un modelo de revisión periódica de la factura en intervalos de un mes (1) o incluso quince (15) días.

#### 4.5 ENTREGABLES

El OFERENTE se obliga a favor de la CCB a entregar los siguientes informes y evidencias, de acuerdo a las frecuencias estipuladas:

- a. Informe de gestión del Contact center, con periodicidad consolidado mensual, trimestral y anual según corresponda, que contenga la siguiente información:

Número de llamadas atendidas por IVR	Mensual
Número de clientes atendidos por agente en Línea Telefónica, chat y contáctenos	Mensual
Indicadores con el detalle de causas y acciones	Mensual

Monitoreos de calidad en línea y por escucha activa, donde se incluyan mediciones y acciones de mejora	Mensual
Capacitaciones realizadas y temáticas al personal que atiende la operación	Mensual
Quejas, reclamos y felicitaciones de los clientes atribuibles al Oferente, con sus planes de acción	Mensual
Acciones de mejora ante incumplimientos de indicadores, auditorías internas o externas de la cámara y/o índices de satisfacción por debajo de la métrica establecida por la Cámara.	Mensual

- b. Informe de la aplicación del examen de unificación de criterios, establecido por la Cámara, con su respectivo plan de acción en caso de incumplimiento.

Informe Evaluación unificación de criterios	Trimestral
---	------------

- c. Envío en medio magnético de:

Hojas de vida del Total de agentes y staff, asignados a la operación	Semestral
--	-----------

## **CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD INTELECTUAL**

Las partes se comprometen a:

- Mantener y garantizar que sus empleados mantengan en secreto toda información clasificada como confidencial.
- No usar, comunicar, copiar, modificar, sin previo consentimiento por escrito de la otra parte, la información confidencial de la otra parte.
- No revelar a ningún tercero dicha información confidencial, salvo con el consentimiento escrito de la parte propietaria de dicha información confidencial y no usar dicha información confidencial para efectos distintos de la prestación del servicio.

## **INFORMACIÓN CONFIDENCIAL**

Tendrá la calidad de información confidencial:

- La información del OFERENTE a la que tuviere acceso LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y que fuese confidencial o privada conforme a lo establecido en la ley colombiana, siempre que EL OFERENTE lo indique clara y expresamente. LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y su personal, estarán obligados a mantener la confidencialidad de tales informaciones.

Además, toda la información a la que tuviere acceso EL OFERENTE, relacionada con la operación de las actividades, productos, negocios y, en general toda actividad empresarial de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, ya sea comunicada verbalmente, por escrito o en formato electrónico, perteneciente o relativa al giro ordinario de cualquiera de las partes y que:

- haya sido clasificada como de propiedad exclusiva o de naturaleza confidencial,

- haya sido identificada verbalmente o por escrito como de naturaleza confidencial, o
- pueda presumirse como de naturaleza confidencial por las circunstancias.

En caso de terminación del contrato, cada una de las partes deberá, a elección de la otra parte, devolver o destruir toda la información confidencial de la otra parte.

Las disposiciones anteriores no serán de aplicación a:

- información que esté legítimamente en poder de la Parte destinataria de la misma antes de ser comunicada por la Parte reveladora;
- información que haya sido obtenida legítimamente de un tercero sin mediar restricción alguna; y aquella información que haya sido obtenida legítimamente de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ con el propósito de ser puesta en conocimiento de los usuarios del Servicio de Contact Center; y,
- aquella información que deba ser comunicada por orden de un tribunal competente, organismo gubernamental o cualquier otra autoridad reguladora siempre y cuando la parte que se vea obligada a comunicar dicha información trate por todos los medios razonables de notificar a la otra parte dicha información con la mayor antelación posible.

**CUMPLE**

**SI**

**NO**

-----  
**NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL  
C.C.**

-----  
**Firma del Representante Legal.**