

## ANEXO 2

### ACEPTACIÓN ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

**Asunto: CONVOCATORIA PÚBLICA No. - PRESTAR LOS SERVICIOS DE OPERACIÓN, ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO Y DESARROLLOS DEL CONTACT CENTER DE LA CÁMARA A TRAVÉS DE UNA GESTIÓN MULTICANAL QUE GENERE LA MEJOR EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES, BAJO LA MODALIDAD DE OUTSOURCING.**

El proponente, mediante la presentación y firma por el representante legal o apoderado, de este anexo a la propuesta, acepta y garantiza a la CCB, que cumple y acata todas las características técnicas aquí descritas.

A continuación, se describen las especificaciones técnicas mínimas que deben ser atendidas, aceptadas y prestadas por el contratista para el cumplimiento del objeto del contrato:

#### **ANTECEDENTES**

En el 2020 el Contact Center gestiona más de 8.8 millones de contactos entre llamadas de entrada, salida, chats, envió de SMS, Contactenos y marcación robot.

Canal telefónico (Inbound) 406 mil contactos.

Canal Virtual más de 752 mil interacciones, donde se presentó una importante transformación digital, implementando el chatbot "Andrea" soportado en un modelo de inteligencia artificial basado en NLP (Natural Language Processing), esta implementación efectuada en el mes de marzo del año 2018 permitió mejorar la presencia del chat en los diferentes canales de atención, y recibió más de 750 mil interacciones en el año 2020. Las respuestas de Andrea punta a punta fueron del 32%, es decir no se requirió intervención de un humano para resolver las preguntas efectuadas por el cliente generando un ahorro y eficiencia a la entidad.

Gestión Salida (Outbound), se gestionaron más de 7,6 millones de interacciones por los diferentes canales (telemercadeo, mensajes de texto - SMS, Mensaje robot)

El proponente acepta y garantiza, mediante la presentación de este anexo con la propuesta debidamente firmado por el representante legal, que acepta y garantiza a la Cámara de Comercio de Bogotá, el cumplimiento de todas las características técnicas aquí descritas.

#### **OBJETO DEL CONTRATO**

Prestar los servicios de operación, administración, mantenimiento y desarrollos del Contact Center de LA CÁMARA a través de una gestión multicanal que genere la mejor experiencia de los clientes, bajo la modalidad de outsourcing.

#### **OBJETIVO GENERAL**

La Cámara de Comercio de Bogotá seleccionará un PROVEEDOR que aporte 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 PROVEEDOR 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 esta solicitud de RFP, si a su parecer y conveniencia ninguna de las propuestas satisface sus necesidades: técnicas, económicas, de metodología o de cualquier índole, sin embargo el PROVEEDOR deberá entregar la cotización de todos los servicios presentados en este RFP.

## **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 estos.
- c. Generar una base de prospectos de los usuarios gestionados por los diferentes canales como apoyo a la gestión comercial del portafolio de productos y servicios de la CCB, así como brindar información especializada de los servicios de la CCB.
- d. Administrar agendas de asesores de negocios para el establecimiento de citas con los clientes identificados en las zonas de Bogotá y su región, estableciendo herramientas idóneas para tal finalidad.
- 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.
- 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 con el fin de garantizar la mejor experiencia.
- h. Maximizar, potencializar y dinamizar el uso del IVR como herramienta de autogestión.
- i. Gestionar y auditar mensualmente respuestas a Sugerencias, Quejas y Felicitaciones a través del CRM de la Cámara bajo el marco de trabajo que la CCB entregue.
- j. Realizar los desarrollos que se identifiquen para la ejecución y optimización de los servicios de todos los canales de contacto.
- k. Garantizar la adecuada prestación del servicio identificando eficiencias en la operación.
- l. Garantizar el espacio físico, equipos y software necesarios para el personal que soportará las líneas de atención y servicio al cliente.

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

## **1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

### **1.1 MODELO DE SERVICIO Y OPERACIÓN**

El PROVEEDOR 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 CCB, no obstante, el PROVEEDOR 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 PROVEEDOR, se definirán los ajustes correspondientes que se requieran para su implementación. El PROVEEDOR 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.

### **1.2 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 es el 3830330 y un numeral corto #383 a través de los operadores Tigo, Movistar y Claro para llamadas desde dispositivos móviles. La cantidad de canales que actualmente soporta la operación son 90 líneas, las cuales pueden ampliadas por la demanda del servicio en el mes de marzo se aumentan a 390 canales disponibles de entrada.

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.

El proveedor debe disponer de DID (Direct Inward Dialing) disponibles para configurar líneas adicionales según necesidad y requerimiento por CCB, actualmente contamos con líneas exclusivas de servicio habilitados para el Centro de Arbitraje y Conciliación y Línea para la reactivación de sectores económicos, estas líneas deben tener las siguientes características generales, las cuales serán definidas conjuntamente con la CCB:

- IVR de ingreso, con las opciones requeridas para cada caso específico.
- Configuración de colas para el segmento de agentes capacitados y perfilados para cada línea. El agente puede tener varias colas asignadas por prioridades según la volumetría del canal.
- Gestión de reportes de manera independiente que permita visualizar como mínimo: tráfico, ANS de la línea, satisfacción, tipificación, ocupación y demás indicadores requeridos por la CCB.
- Estas líneas pueden ser por temporadas en tiempos definidos o de manera permanente.
- El proveedor debe estar en capacidad de configurar y disponer de este esquema en un tiempo máximo de 48 horas.

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 de que sea un miembro del Circulo de Afiliados (segmento VIP) se transfiere directamente para que la llamada sea atendida por un agente especializado en este segmento.

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 escalar la consulta a través del CRM provista por el PROVEEDOR 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 esta gestión se requiere dar acceso al personal de la cámara que sea requerido para gestionar en línea los casos escalados.

### 1.2.1. 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 previo acuerdo con 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 tiene la siguiente estructura:

- a. **Línea de negocio de Servicios Registrales:** 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, 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 12.700 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, IVR, Chat, etc, a través de la identificación por NIT, Matrícula o Cédula 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.

## 1.2.2. 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 PROVEEDOR seleccionado, las integraciones se refieren en el capítulo 5.8.1 de este documento.

El menú principal actualmente presenta las siguientes opciones:

1. Creación de empresa y renovación
2. Información de certificados
3. Información del Círculo de Afiliados
4. Portafolio de servicios
5. Sedes y horarios de atención
6. Sugerencias, peticiones, quejas o reclamos
7. Para verificar la identidad de los consultores de formalización empresarial

### 1.2.2.1. 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. Identificación del cliente mediante consumo de la capa de integración (servicios web, api restful, entre otros) que la CCB disponga.
- c. Autogestión (Ej.: Consulta de sedes y horarios, tarifas, etc.) esta opción debe tener la alternativa de envío de SMS para que el cliente puede tener más información de su consulta.
- d. Servicios transaccionales integrados con la capa de integración (servicios web, api restful, entre otros) definidos por la CCB. (Ej.: Consulta de valor de renovación de matrícula mercantil, generación de certificados de Cámara de Comercio sin costo, etc.) Ver numeral 5.8.1.
- e. Identificación de la cola de IVR origen del cliente para que el asesor sepa la razón de llamada del cliente y pueda abordarlo desde la necesidad del cliente.
- f. Espacios Comerciales: Opción de tener en tiempos muertos de la llamada "audios promocionales" o cortinillas al inicio de la llamada. Estas deberán realizarse en un máximo de 12 horas.
- g. Se debe contar con la opción de captura de datos del cliente para llamarlo al día siguiente hábil en el caso de que un usuario/Cliente se comunique en un horario no hábil.
- h. 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 PROVEEDOR (Cabina de Grabación, Voz humana profesional, etc.) la voz provista para el IVR debe ser aprobada por la CCB según la identidad corporativa, por lo tanto el PROVEEDOR deberá contar con diferentes opciones de voz masculina y femenina para seleccionar la que más se ajuste o en su defecto CCB entregará las grabaciones. El PROVEEDOR deberá garantizar realizar cambios puntuales en tiempos de entre 1 y 5 días calendario dependiendo de su complejidad.
- i. 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.
- j. 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 durante la ejecución del contrato. Para esto CCB dispondrá al proveedor de un sistema de información de consulta.

- k. 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 PROVEEDOR seleccionado.
- l. El PROVEEDOR deberá implementar la funcionalidad de transferencia y desvío de llamadas a las diferentes áreas que determine la CCB. Estas llamadas deberán viajar bajo los protocolos de integración definidos por la CCB. Ver numeral 5.8.1

### 1.2.3. VOICEBOT

El PROVEEDOR debe garantizar la implementación de un esquema basado en inteligencia artificial con un lenguaje y contexto natural, que le permita identificar la consulta del cliente, disponer opciones y entregar información, las características generales del servicio son:

- Entendimiento de la consulta del cliente basado en lenguaje natural.
- Dar respuesta a las consultas hechas por el cliente según base de conocimiento incluida en el modelo.
- Optimizar la respuesta a consultas repetitivas del cliente a la Línea de respuesta inmediata.
- Capacidad de Integración con el CRM – CCB, según numeral 5.8.1.
- Desbordar a un agente humano en caso de no contar con la información o entendimiento del cliente.
- Generación de reportes de uso del servicio de VoiceBot.
- Disminuir el tiempo y opciones de navegación del cliente en el IVR.
- Incluir modelo de calificación para este servicio de manera independiente.

### 1.3. 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.

#### 1.3.1. TIPOS DE CAMPAÑAS

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. **Recordación de Fecha de renovación:** 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. Para

este tipo de campañas el PROVEEDOR debe disponer de una herramienta de agendamiento integrada al CRM del proveedor, que incluya:

- Fecha del agendamiento
  - Hora de agendamiento
  - Datos del cliente
  - Email del cliente para agendar
  - Email del funcionario CCB que atenderá el agendamiento.
  - área o tipo de agendamiento.
  - Esta funcionalidad debe garantizar el envío de cita de manera automática mediante notificación vía mail (la cantidad de envíos es paramétrica según definición de la CCB).
  - La CCB entregará un correo de dominio @ccb.org.co, el cual deberá ser integrado por el PROVEEDOR en su plataforma para el envío de mail resultado del agendamiento al cliente y al asesor de la CCB que lo va a atender.
  - Se debe disponer de la funcionalidad de envío de SMS de recordación un día antes de la visita programada.
- 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, con el fin de cumplir con las metas definidas por 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 para temas específicos.
- f. **Campañas IVR de salida (grabaciones por robot):** Con mensajes cortos los cuales puedan generar una gestión interactiva con el cliente, mensaje en doble vía.
- 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 Felicidades** 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. **Encuestas de servicio:** El proveedor deberá aplicar una encuesta a cada registro de una base seleccionada para conocer la satisfacción del cliente. El proveedor debe capturar las respuestas y entregarlas en una base de datos con los campos definidos con previa revisión de calidad a la CCB.
- j. Otras tipologías de campañas que se puedan presentar de acuerdo con las necesidades de las líneas de acción de la CCB.

### 1.3.2. GENERALIDADES OUTBOUND

- a. La CCB selecciona y entrega para cada telemarketing la solicitud con los datos necesarios de la campaña a realizarse, el guion, base de datos a gestionar, resultados esperados y si se requiere capacitación. Con esta información, el PROVEEDOR debe estimar el costo de la campaña, con el fin de que la CCB determine y autorice la forma de facturación para iniciar la campaña.
- b. Es importante especificar que todos los telemarketings tienen diferente cantidad de registros y no tienen una periodicidad exacta. El PROVEEDOR atiende de manera inmediata cada

requerimiento y establece en conjunto con la CCB la duración de la campaña y número de agentes a gestionarla.

- c. Actualmente se tiene establecido un tiempo de máximo de 3 días para el montaje de la campaña, con el fin de que el PROVEEDOR diseñe y estructure los recursos tanto tecnológicos, de personal e infraestructura entre otros, necesarios para la gestión de telemercadeo; sin embargo, el PROVEEDOR deberá estar en capacidad de iniciar una campaña antes de 24 Horas, según las necesidades de la Cámara.

## 1.4. SERVICIOS VIRTUALES

Se administran y gestionan los canales: Chat, contáctenos, WhatsApp, llamada virtual y otros que se activen durante la vigencia de este contrato. Los canales de Chat y WhatsApp se atienden por un sistema de Chat Bot basado en inteligencia artificial el cual debe ser proveído y desarrollado por El PROVEEDOR, de acuerdo a las bases de conocimiento entregadas por la CCB.

### 1.4.1. GENERALIDADES SERVICIOS VIRTUALES

**1.4.1.1. 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. En el link de contáctenos que se encuentra en el portal de Internet [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co) u otros portales, 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.

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.

**1.4.1.2. SERVICIO DE CHAT – CHAT BOT:** Este canal de atención debe estar soportado en primer nivel por un esquema de autogestión Chatbot, basado en inteligencia artificial que permita la autogestión de temas definidos por la CCB. Las consultas que no sean resueltas por el chatbot deben ser transferidas en línea a un agente de segundo nivel en el Contact Center, y las consultas que requieran aún una mayor especialidad deben ser transferidas en línea a un tercer nivel a áreas como (asesoría virtual de actas, Registro único de proponentes, Circulo de afiliados, Gerencia de Formación Empresarial), según personal definido por la CCB.

Los escalamientos se hacen en línea y EL PROVEEDOR deberá disponer de usuarios y licencias para el CRM y Chat para la operación, de tal forma que el personal asignado por la CCB para responder los escalamientos efectuados desde el Contact center en línea o backs se puedan conectar a estas herramientas. Este servicio debe tener igual tratamiento que las llamadas en relación con calidad, tipificación, control de tiempos, colas, etc.

- a. El PROVEEDOR seleccionado debe disponer a la CCB una solución de **chat Bot** soportada con inteligencia artificial y que dentro de sus características cuente con lenguaje natural (NLP), este chat Bot debe garantizar la inclusión y entrenamiento de la base de conocimiento que la CCB entregue para la implementación y puesta en producción del proyecto, la solución dispuesta debe contar con capacidad de crecimiento y reentrenamiento según requerimiento y necesidad de la CCB. Nuestro ChatBot actual



tiene la capacidad de procesamiento de consultas simultaneas de 1.000 usuarios por segundo, sin embargo, el máximo de consultas que hemos tenido en un segundo han sido 14 usuario. El Proveedor deberá garantizar la capacidad de respuestas simultaneas según la demanda del servicio sin afectar los indicadores de atención, servicio y disponibilidad.

- b. Esta solución debe estar en la capacidad de disponer de un chat que permita incluirlo en cualquier canal digital web o móvil que defina la CCB, facilitando el acceso y visibilidad del canal a los clientes.
- c. El look and feel del chat será definido por CCB y el PROVEEDOR debe estar en la capacidad de desarrollarlo e implementarlo en este canal.
- d. El PROVEEDOR seleccionado deberá disponer dentro de la plataforma de chat suministrada de las siguientes funcionalidades:
  - Niveles de escalamiento entre colaboradores del Contact Center y personal de la CCB.
  - Transferencia en línea para garantizar respuesta punta a punta al cliente en el primer contacto.
- e. Con el fin que desde la CCB los diferentes colaboradores puedan intervenir y responder los requerimientos cuando así se requiera, así mismo se debe garantizar las licencias para los colaboradores de la CCB que requieran acceder a la plataforma de Chat.
- f. El PROVEEDOR debe garantizar la disponibilidad 7\*24 del canal chat, donde el primer nivel de respuesta será el ChatBot, en el caso de no contar con la respuesta al requerimiento del cliente que ingresa fuera del horario hábil de atención (lunes a viernes de 8am a 6pm y Sábados de 9am a 1pm), se deberá desplegar la opción de captura del número telefónico del cliente, para efectuar el contacto telefónico a primera hora del siguiente día hábil con el fin de atender el requerimiento del cliente.
- g. El PROVEEDOR deberá disponer de una funcionalidad dentro de la plataforma del chat que permita controlar y parametrizar el número de ventanas de los agentes según la cola/Skill a la que estén asignados de manera independiente.

En el caso dado que la CCB decida disponer de un modelo de chat Bot propio, el PROVEEDOR debe estar en la capacidad de integrarse con la plataforma tecnológica que se disponga para tal fin, garantizando siempre la calidad del servicio, niveles de atención, y disponibilidad descrita en los puntos anteriores.

**1.4.1.3. WHATSAPP:** Este canal de atención debe estar soportado en primer nivel por un esquema basado en inteligencia artificial que permita la autogestión de temas definidos por la CCB. Las consultas que no sean resueltas deben ser transferidas en línea a un agente de segundo nivel en el Contact Center, y las consultas que requieran aún una mayor especialidad deben ser transferidas en línea a un tercer nivel a áreas como (asesoría virtual de actas, Registro único de proponentes, Circulo de afiliados, Gerencia de Formación Empresarial, etc), o según personal definido por la CCB.

- a. El PROVEEDOR seleccionado debe disponer de una plataforma que sea compatible con un API de integración de WhatsApp for Bussines, que tenga la capacidad de integración con el Chat Bot y que se pueda administrar mediante Skills/Colas para controlar tráfico y perfilamiento preferencial según defina la CCB.
- b. Este canal debe permitir dentro de su esquema de operación la recepción de mensajes e interacción con clientes, así como la salida y envío de información a los clientes según necesidad de la CCB.
- c. El PROVEEDOR seleccionado debe garantizar la integración y operación de las líneas de WhatsApp que disponga la CCB durante la ejecución del contrato, en razón a las condiciones de servicio de las diferentes líneas de negocio, ya que estas pueden disponer

de este servicio dentro de su estrategia de negocio, por ejemplo, la Gerencia de Formación Empresarial, Centro de Arbitraje y Conciliación, etc.

**1.4.1.4. LLAMADA VIRTUAL:** Servicio que se debe disponer en los portales que defina la CCB, el cual debe funcionar en cualquier plataforma de navegación y debe ser en una interfaz responsive 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.

**1.4.1.5. WEB CALL BACK:** este servicio debe permitir el registro de un número telefónico (fijo o móvil) en un formulario en la página web que defina la CCB, para que posteriormente un agente realice la devolución de la llamada al número telefónico registrado, el PROVEEDOR deberá disponer el desarrollo o parametrización del formulario en la página Web o sitio que se defina.

**1.4.1.6. VIDEO LLAMADAS:** asesoría no presencial a los usuarios, para lo cual se debe contar con la red e infraestructura adecuada, asegurando una comunicación fluida e imagen corporativa definida por la CCB, a través de una videollamada permite la comunicación simultánea bidireccional de audio y vídeo, prestado por recurso humano con formación, experiencia, habilidades y conocimientos específicos; Dotado con las herramientas técnicas de hardware, software y puesto de trabajo (mobiliario) necesario para la prestación del servicio.

**1.4.1.7. CLIC TO CALL:** Se deberá disponer de un servicio de contacto directo y en tiempo real puesto a disposición de los clientes a través de un botón en el sitio web que la CCB o sitio que se defina para que, por medio de un clic, los clientes que visiten el sitio web puedan comunicarse verbalmente con un agente, se debe garantizar la disponibilidad de este servicio en igualdad de condiciones de la línea telefónica.

EL PROVEEDOR para apalancar los servicios virtuales definidos en la propuesta y que a futuro se desarrollen como mejora o necesidad del servicio deben ser en interfaz responsive; es decir debe adaptarse visualmente a los tamaños de las pantallas de los diferentes dispositivos que se conecten para garantizar la usabilidad en todos los dispositivos (Desktop, mobile y tablet).

## 1.5. CALIFICACIÓN DE SERVICIOS

EL PROVEEDOR deberá garantizar la implementación de un esquema de calificación de servicio con el objetivo de conocer la percepción del cliente en los diferentes canales de atención, para este fin se debe implementar como mínimo lo siguiente:

- a. Al finalizar la interacción telefónica o Chat con el cliente se debe disponer de una escala cuantitativa para conocer el nivel de satisfacción del cliente del servicio prestado.
- b. **Encuesta Robot:** El cliente recibirá una llamada robot para aplicar una breve encuesta, el encuestado tendrá que seleccionar una opción digitando un número acorde a su respuesta. El proveedor deberá consignar a nivel de reporte las respuestas entregadas por el cliente, adicionalmente se debe disponer el resultado en una base de datos con los campos definidos según indicaciones de la CCB, este reporte y base de datos será enviado a la CCB en las fechas que se requiera.
- c. **A través de SMS** se enviará un link de encuesta web. EL PROVEEDOR deberá lanzar a una base de datos definida por la CCB, un mensaje de texto invitando a los clientes a ingresar a un link de la CCB para que pueda responder una encuesta.
- d. **Encuesta telefónica** corta la cual tendrá un tiempo máximo de 4 a 6 minutos, con preguntas cerradas o abiertas según requerimiento de la CCB. El proveedor deberá aplicar una

encuesta corta a cada registro de una base seleccionada y con las debidas validaciones de habeas data, se deben capturar las respuestas y entregarlas a modo de reporte con el soporte de la base de datos con los campos definidos y aprobados por la CCB.

- e. **Opción de chat calificable.** El cliente podrá ingresar al chat y tendrá la opción de calificarlo y dejar un comentario sobre la atención recibida, las calificaciones deben ser de libre acceso y consulta por parte de la CCB. La consulta de los resultados debe tener la opción de conocer la fecha del chat, el nombre del asesor y el chat completo.

Todos los reportes entregados en razón a la calificación de servicios deben ser revisados y conciliados de manera previa por el proveedor, con el objetivo de garantizar la calidad de los insumos entregados.

EL PROVEEDOR puede proponer mejoras en este proceso con el objetivo de optimizar los mecanismos de calificación, los cuales deben ser acordados y autorizados antes de su implementación por la CCB.

## **2. PROCESOS**

### **2.1 PUESTA EN PRODUCCIÓN**

Para iniciar con la operación, el PROVEEDOR validará los servicios de negocio descritos por la CÁMARA en el capítulo 1. El PROVEEDOR deberá analizar las características de estos servicios, 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.

#### **2.1.1 DEFINICIÓN DE JOURNEY**

Con el fin de brindarle la mejor atención a nuestros clientes, la CCB junto con el proveedor definirán los journeys de clientes a los que están dirigidos los servicios, así como la mejor experiencia del usuario a través de los puntos de contacto en los canales anteriormente nombrados.

#### **2.1.2 CREACIÓN DE ESTRATEGIA**

Teniendo en cuenta los Journey se deben crear los flujos de procesos para cada uno de los servicios y canales, creando una estrategia para la puesta en producción; teniendo en cuenta sus características, viabilidad de implementación y características del grupo objetivo.

#### **2.1.3 IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS PROCESOS**

El PROVEEDOR debe estar en la capacidad 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.

- a. 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.

- b. Creación de cronogramas para las necesidades logísticas como: instalación de puestos, desarrollo de software y vínculos de datos, contratar y/o capacitar personal, entre otros.
- c. Realización de auditorías que aseguren que todos 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.
- d. Seguimiento conjunto entre el PROVEEDOR y la CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, para garantizar el cumplimiento de los objetivos.

EL PROVEEDOR 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, así mismo 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.

#### **2.1.4 CONTROL DE PROCESOS**

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

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

EL PROVEEDOR debe entregar a la Cámara de Comercio de Bogotá, 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 PROVEEDOR se compromete a:

- 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.
- b. Llevar a cabo evaluaciones en periodos más cortos de tiempo, para asegurarse que todo el equipo haya entendido y comprendido cada paso del proceso.
- c. El PROVEEDOR 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 brindar una experiencia satisfactoria al cliente, y/o reducir costos y evitar reprocesos, se debe analizar causas-raíz, como parte del desarrollo de soluciones; debe ser capaz de demostrar que el desempeño mejoró como resultado de su gestión.

## **2.2 EN EJECUCIÓN**

Durante la ejecución de la operación, el PROVEEDOR validará o ajustará según las necesidades o las nuevas iniciativas de la CÁMARA. El PROVEEDOR deberá analizar las características de los nuevos servicios 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.

### **2.2.1 ANÁLISIS DE DATA PARA MEJORAS**

El proveedor deberá contar con un área de analítica o minería de datos que permita analizar la data obtenida de la gestión de los diferentes canales de atención del contact center, con el objetivo de proponer mejoras o cambios tendientes a optimizar recursos y crear una experiencia del cliente acorde con las mejores prácticas del mercado, y que su vez deben ser aprobadas por la CCB.

### **2.2.2 AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS**

Los resultados obtenidos de la ejecución del punto anterior deben estar encaminados a la automatización y mejora de los diferentes procesos del contact center, el Proveedor debe estar en capacidad humana y técnica de implementar los cambios durante la ejecución del contrato. La CCB dentro de la dinámica del servicio y necesidades identificadas podrá trasladar la necesidad para análisis, planeación y posterior implementación.

### **2.2.3 IMPLEMENTACIÓN DE MEJORAS**

El proveedor debe garantizar la implementación de las mejoras según se defina dentro del plan de trabajo, también deben estar en capacidad de implementar cambios que la CCB requiera para la mejora de cualquiera de los procesos atendidos por el Contact Center y como mínimo debe contemplarse:

- a. Tener un plan de trabajo
- b. Disponer de un ambiente controlado de pruebas, para o impactar servicios en producción.
- c. Se debe realizar conjunto un seguimiento para revisar los avances y cumplimiento de la implementación del proyecto.
- d. Deben tener una certificación por parte del PROVEEDOR antes de que sea entregado a la CCB. (Este punto solo aplica para temas que hayan generado desarrollo con sus respectivas pruebas)

### **2.2.4 IMPLEMENTACIÓN NUEVOS PROYECTOS**

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

- a. Una fase de planificación que incluye la definición del alcance y etapas necesarias para cumplir el objetivo del proyecto, responsables, fechas, etc.
- b. Una fase de desarrollo y pruebas
- c. Se debe realizar conjunto un seguimiento para revisar los avances y cumplimiento de la implementación del proyecto.
- d. Deben tener una certificación por parte del PROVEEDOR antes de que sea entregado a la CCB para garantizar la calidad del entregable.

El PROVEEDOR debe guardar y enviar (cuando se requiera), toda la documentación relacionada con el proyecto, para consulta de la CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

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

### **3. 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.

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 y acordados con el proveedor.

EL PROVEEDOR 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, para este proceso se debe garantizar la integración de mejora de experiencia basado en el Journey definido.

El SGC (sistema de gestión de calidad) que sea implementado por el PROVEEDOR, 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR deberá garantizar el cumplimiento de los niveles de calidad requeridos.

#### **3.1 MONITOREO DE TRANSACCIONES**

El PROVEEDOR debe monitorear todos los tipos de transacciones de cara al cliente como: llamadas Inbound, outbound, correos, interacciones con Chat, interacciones con WhatsApp, 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 por cada canal.

El PROVEEDOR 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 3% mínimo de monitoreos por tipo de servicio y por agente al mes. El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR en cuanto al monitoreo de servicios debe contemplar el reentrenamiento dirigido o la remoción de los agentes que repetidamente cometen errores Críticos con el cliente.

El PROVEEDOR debe contemplar el método de monitoreo al lado y en Vivo 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 al lado y en Vivo.

El PROVEEDOR 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. (Reclamos de clientes, peticiones, etc).

LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ debe poder monitorear transacciones en vivo y grabadas. Caso en el cual, el PROVEEDOR 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 y WhastApp 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR debe garantizar que su Sistema de Gestión de Calidad 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR externo para monitorear las llamadas de los agentes. En tal caso, este proceso no reemplazará el proceso que debe tener el PROVEEDOR para asegurar los monitoreos previamente descritos, pero si impactará los indicadores de calidad con los que se mide el PROVEEDOR. 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.

El proveedor debe disponer de un esquema de monitoreo y justificación de llamadas largar iguales o superiores a 20 minutos, análisis que debe ser entregado de manera mensual o con la periodicidad que requiera la CCB, las llamadas injustificadas por razones de manejo de clientes, silencios injustificados, canal abierto, desconocimiento del agente y demás aspectos que demuestren deficiencia en la gestión deben ser descontadas de la factura mensual.

### **3.2 SISTEMA DE EVALUACIÓN DE CALIDAD**

EL PROVEEDOR deberá contar con un sistema de monitoreo de todas las llamadas, chats, contáctenos, gestión Outbound y en general de todos los servicios que sean atendidos por agente o por cualquier mecanismo de automatización ejemplo: Bots, tanto a nivel de voz como de datos. El sistema debe parametrizar evaluaciones de cada proceso, 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 todas las interacciones con usuario/cliente sean grabados en el 100%. Para efectos de aseguramiento de calidad se debe garantizar la siguiente periodicidad de los monitoreos:

El PROVEEDOR 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 e interacciones virtuales de forma que se pueda tener una estadística consolidada y por servicios de todas las interacciones con los clientes, la CCB junto con EL PROVEEDOR definirá el árbol de tipificación que se debe tener integrado de manera transversal a todos los canales de atención.

También se deberá registrar la información en el sistema CRM de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ por medio de la integración que se defina para este fin.

El PROVEEDOR seleccionado deberá garantizar el contacto telefónico de una muestra diaria del 10% de los clientes que calificaron el servicio de Chat, WhatsApp y Línea en una escala de 1 y 2 sobre 5, estos clientes deberán ser contactados para identificar el motivo de insatisfacción, si el motivo es imputable al PROVEEDOR esta llamada de Outbound no será facturada y deberá incluirse en la gestión de monitoreos mensual.

Las llamadas y chats que se configuren como quejas y que estas apliquen por una mala ejecución en los procesos e información entregada por el Contact Center, deberán ser descontadas de la facturación mensual, y adicionalmente asumir la carga pecuniaria que esto genere al cliente o a la CCB.

El proveedor deberá presentar la justificación de las llamadas mayores o iguales a treinta (20) minutos, con el objetivo de determinar si estas interacciones aplican para ser facturadas mes a mes.

### **3.3 PLANES DE ACCIÓN DE LOS MONITOREOS**

El PROVEEDOR debe desarrollar e implementar acciones preventivas y correctivas cuando el desempeño individual se encuentra por debajo de los umbrales. El enfoque del PROVEEDOR 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 PROVEEDOR deberá asegurar:



- a. La consolidación y el análisis continuo de los resultados de monitoreo para identificar y corregir problemas a nivel de los procesos, información, plantillas, modelos y en general cualquier aspecto que impacte el modelo de atención. (Ejemplo: Agentes, ChatBot, VoiceBot, etc)
- b. Publicación diaria de los resultados del monitoreo
- c. 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”.
- d. 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 de calidad.
- e. El PROVEEDOR 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.

### **3.4 CALIBRACIONES**

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

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

### **3.5 TITULARIDAD DE LOS DATOS DE TRANSACCIONES**

El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 e interacciones de datos 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.

### **3.6 PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DEL PERSONAL**

El PROVEEDOR debe alinear la capacidad de personal con los patrones de tráfico de llamadas e interacciones con el Chat o WhatsApp, para asegurar el cumplimiento de los objetivos de la Cámara de Comercio de Bogotá.

El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR debe realizar periódicamente y por franjas horarias, el pronóstico de transacciones por cada canal, 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 PROVEEDOR, objetivos del nivel de servicio, de abandono, ausentismo y rotación. Por lo anterior, el PROVEEDOR debe contar con los puestos de trabajo necesarios para cumplir con dicho dimensionamiento.

EL PROVEEDOR 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 necesario el dimensionamiento de acuerdo con el análisis del comportamiento histórico de las llamadas y chats recibidos, las campañas de outbound vigentes y los factores adicionales que afecten el volumen de llamadas normal.

Para la gestión diaria el PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR debe describir claramente las “reglas” para minimizar el sobredimensionamiento 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 PROVEEDOR debe hacer el seguimiento y la gestión de la adhesión a la programación en intervalos de 30 minutos durante toda la gestión.

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

La Cámara de Comercio de Bogotá deberá suministrar al PROVEEDOR 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 con esta información. En el caso en el que LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ no suministre esta información, el PROVEEDOR estará exento por penalidades por incumplimiento de los niveles de servicio.

Para épocas de alto flujo el PROVEEDOR 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.

### **3.7 ANÁLISIS OPERATIVO DEL SERVICIO**

El PROVEEDOR realizará reuniones o teleconferencias durante la fase de implementación y reuniones o teleconferencias periódicas de actualización con LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ y será el anfitrión de las revisiones con una periodicidad mínima trimestral, para analizar los indicadores de desempeño e ítems de análisis entre los que se incluyen aquellos que se describen en este documento.

El PROVEEDOR elaborará planes de acción correctivos y preventivos para aquellos ítems en los que no se cumplen los objetivos de desempeño o requieren de mayor cumplimiento y seguimiento.

#### **3.7.1. PREPARACIÓN Y CIERRE DEL DÍA**

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

### **3.7.2. REVISIONES**

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

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

### **3.8 ANALÍTICA DE VOZ Y TEXTO**

Dentro del esquema de calidad y servicio al cliente el proveedor debe disponer de tecnología (**Speech to text**) que permita analizar las interacciones no solo desde la muestra de auditorias de calidad, sino desde un espectro más amplio, con el objetivo de garantizar la mejor experiencia a nuestros clientes en los diferentes canales de atención. Esta tecnología debe estar a disposición de la CCB para ser utilizada de manera periódica.

El análisis de voz y texto efectuados por el proveedor debe entregar como resultado:

- Reportes diarios, semanales, mensuales o con la periodicidad requerida, para la toma de decisiones desde la estrategia del negocio para mejorar el servicio telefónico (Inbound y Outbound), escrito (Chat, WhatsApp y Contáctenos) y en general la experiencia del cliente por cualquiera de los canales monitoreados.
- Alertas que permitan enfocar y mejorar la información, protocolos y en general los servicios ofrecidos por la CCB.
- Marcación de interacciones para comprender las necesidades del cliente, insatisfacción en productos y servicios que afecten la reputación de la CCB, complementado con minería de datos que facilite la identificación de causa raíz para la correcta toma de decisiones y mejoramiento de los servicios.
- Análisis y alertas de clientes recurrentes en los diferentes canales, con el objetivo de actuar de manera proactiva y controlar desde la operación el riesgo de imposición de quejas y reclamos en contra de la CCB.

### **3.9 CONTINGENCIA**

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

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

En todo caso, el servicio debe estar restablecido en un término máximo de doce (12) 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: canales telefónicos, canales de datos, planta telefónica, 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 PROVEEDOR, subcontratación de infraestructura y personal, entre otros aspectos.

El plan documentado por el PROVEEDOR 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 (6) 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.

### **3.9.1. DESASTRES GRAVES**

El PROVEEDOR debe establecer un plan documentado que clarifique su enfoque con respecto al reinicio de las operaciones por cada canal después de hechos de desastre natural, incendio u otros eventos de fuerza mayor que interrumpan 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, chat, los demás canales que se tengan en producción y distribuidores automáticos de llamadas (ACD), aplicaciones de software utilizadas en la prestación de los servicios y productos.

### **3.9.2. INTERRUPCIONES EN LOS SISTEMAS**

Ante cualquier interrupción el PROVEEDOR debe presentar un informe detallado dentro de las siguientes 8 horas hábiles que contenga como mínimo la siguiente información:

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

## **4. TALENTO HUMANO**

La variable más importante para la Cámara de Comercio de Bogotá son las personas, El PROVEEDOR debe asegurar que cuenta con el personal apropiado 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.

#### 4.1 DEFINICIONES DE PERFILES

Buscando tener una correcta administración y seguimiento 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 y demás canales anteriormente mencionados de la CCB. El recurso humano asignado para la línea de servicio y línea comercial debe ser independiente, pues estarán ubicados en planta físicas diferente y con objetivos distintos. Con excepción del Gerente de Cuenta, 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR deberá garantizar para la gestión del Contact Center:

| CARGO  | PERFIL Y FUNCIONES CLAVES   |
|--|---|
| <p><b>Gerente de Cuenta Servicio</b></p>               | <p>Rol: Estructurar junto con la CCB la mejor estrategia para brindar excelente servicio y gestión comercial a nuestros clientes. Debe proponer e innovar en servicios y acciones que impacten de manera positiva y 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.<br/>El PROVEEDOR debe garantizar que esta persona ejerza sus funciones en la ciudad de Bogotá.<br/>Perfil: Profesional en carreras administrativas o afines con especialización en gestión comercial o administrativa, con experiencia mínima de 5 años en administración y seguimiento de operaciones de Contact Center.</p>   |
| <p><b>Jefe de Operaciones Servicio (exclusivo)</b></p> | <p>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.<br/>Perfil: Profesional universitario con experiencia superior a dos años en el cargo de jefe operaciones en Contact Center.</p>   |
| <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.<br/>Perfil: Profesional con experiencia mínima de un año en operaciones de Contact Center, con experiencia en Gestión Inbound, Outbound y canales escritos.</p> |
| <p><b>Formador</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</p>  |

|  |   |
|--|---|
| <p><b>(Exclusivo)</b></p>                    | <p>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><br/><b>(Exclusivo)</b></p> | <p><b>Agente de Servicio Inbound:</b></p> <p>Rol: 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 tercer semestre) con experiencia de mínimo de 6 meses en Contact Center. Habilidades en servicio al cliente, manejo de objeciones.</p> <p><u>Adicional a lo anterior para los <b>Agentes de canal escrito (Chat, WhatsApp y Contáctenos)</b>:</u> Excelente ortografía, redacción, velocidad de digitación y comprensión de lectura.</p> <p><b>Agente Outbound:</b></p> <p>Se contratan por tiempo determinado dado que responden a una programación específica para atender la actualización de datos, encuestas, vinculación y comercialización del portafolio de servicios CCB y confirmación de asistencia a un evento. Estos agentes deben ser vinculados con el perfil y competencias específicas al tipo de campaña a desarrollar.</p> <p>Perfil: estudiantes técnicos o universitarios (mínimo segundo semestre) y con experiencia de 6 meses en Contact Center. Habilidades comerciales y servicio al cliente.</p> <p>Se requiere por lo menos (1) <b>agente para gestión mixta</b> (Inbound, Outbound y Canales Virtuales) que maneje alto nivel de idioma Ingles.</p> <p><b>Agente Inhouse:</b></p> <p>Rol: Gestiona campañas con objetivos diferentes. Su atención puede darse por cualquiera de los canales de Inbound, Outbound y canales virtuales.</p> <p>Perfil: estudiantes técnicos o universitarios (mínimo cuarto semestre) y con experiencia en Contact Center. Habilidades comerciales y servicio al cliente.</p> <p><b>Asesor Especializado Jurídico:</b></p> <p>Rol: Atiende consultas especializadas de temas jurídicos relacionados con los registros públicos. Su atención puede darse por cualquiera de los canales de Inbound, Outbound y canales virtuales.</p> |

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
|                                     | <p>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>Asesor Especializado Portafolio:</b></p> <p>Rol: Atiende consultas especializadas en el portafolio de servicios de la CCB. Su atención puede darse por cualquiera de los canales de Inbound, Outbound y canales virtuales.</p> <p>Perfil: profesional o estudiantes de (mínimo 7 semestre) de carreras administrativas, con experiencia mínima de 6 meses en Contact Center, manejo de office, servicio al cliente y ventas.</p> <p><b>Competencias de estos roles:</b> 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 informes, indicadores, tendencias, eficiencias, comportamiento de canales de atención (Inbound, Outbound y canales virtuales), y demás aspectos requeridos para la toma de decisiones en la operación.</p> <p>Perfil: Profesional o estudiante de últimos semestres (7 semestre) de carreras administrativas, estadística, matemáticas, ingenierías o afines, con experiencia en analítica de datos, presentación de informes y administración de herramientas para el análisis de información.</p>  |
| <b>Líder de Calidad (Exclusivo)</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 y protocolos de la CCB, mediante el monitoreo de agentes, retroalimentación en caso de identificar fallas y trabajo conjunto con el formador para reforzar temas.</p> <p>Perfil: Profesional o estudiante mínimo (5 semestre) en áreas administrativas, Ingeniería Industrial, psicología, pedagogía, etc, con experiencia en servicio al cliente en procesos de auditoria o control de calidad.</p>   |

Cuando se requieran apoyos adicionales con experiencia para el montaje de la operación (ejemplo temporada de renovaciones), el PROVEEDOR seleccionará el perfil y los gestores necesarios para lograrlo.

**Nota 1:** En el caso de desarrollo de un proyecto, CCB solicitará un Gerente de Proyectos (Scrum Master, PMI, etc) que movilice los recursos al interior de proveedor y así garantizar el resultado del proyecto.

**Nota 2:** La ratio de personal sugerido es Jefe de Operaciones 1/100; Supervisor 1/15; Líder Calidad 1/30; Formador 1/30. En caso de que EL PROVEEDOR según su experiencia sugiera una distribución diferente, será evaluada por la CCB para aprobación.

**Nota 3:** Se requiere como mínimo una persona por Rol.

**Nota 4:** Las hojas de vida, certificaciones de estudio y certificaciones laborales se podrán requerir por el supervisor del contrato o por quien haga sus veces, cuando se determine durante la ejecución del contrato.

**Nota 5:** La estructura del Staff debe responder al manejo eficiente de la operación del Contact Center.

**Nota 6:** La dedicación del gerente de cuenta se estima en un 25%, sin embargo, en algunas estacionalidades del año, por implementación de proyectos, temporada de renovaciones, y

estrategias comerciales la dedicación puede ser mayor, por lo tanto, el Proveedor debe estar en la capacidad de garantizar la disponibilidad y dedicación del recurso.

#### **4.2 CONSIDERACIONES DEL EQUIPO DE TRABAJO**

El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR debe cumplir con todas la reglamentación y legislación laboral colombiana (seguridad social, beneficios, etc.)

En caso de presentarse vacantes, incapacidades o ausentismos prolongadas en cualquiera de los cargos del staff (Gerente de cuenta, Jefe de Operaciones, Supervisores), el PROVEEDOR 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 calendario; en este tiempo debe estar incluida la selección, contratación y capacitación al cargo. En caso de superar este tiempo, la Cámara de Comercio de Bogotá podrá aplicar sanciones. Para 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 de 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.

#### **4.3 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, según su perfil y rol 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, etc) 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.

#### **4.4 COMPROBACIÓN DE ANTECEDENTES Y REFERENCIAS**



El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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.

#### 4.5 ESQUEMA DE REMUNERACIÓN

A continuación, referimos los salarios que actualmente tiene asignado el equipo que soporta los servicios de Contact center, estos salarios el proveedor los puede reevaluar según experiencia y dinámica del mercado, y puede presentar una propuesta la cual será evaluada por la CCB para definir un nuevo esquema de remuneración, en todo caso el proveedor debe garantizar las mejores condiciones al personal para evitar rotación y bajos índices de clima laboral.

| Cargo   | Salario referencia 2020 | Comisión                            |
|---|-------------------------|-------------------------------------|
| Jefe de Operaciones   | \$ 2.544.000            |                                     |
| Supervisor  | \$ 1.730.346            |                                     |
| Agente de servicio Inbound /<br>Agente Outbound / Agente<br>Comercial | SMMLV                   | Más 7% comisión variable<br>mensual |
| Agente Inhouse  | \$ 1.348.320            |                                     |
| Asesor especializado (jurídico<br>y portafolio)                       | \$ 1.423.607            |                                     |
| Analista de Minería de Datos  | \$ 1.346.200            |                                     |
| Líder de Calidad  | \$ 1.157.109            |                                     |
| Formador  | \$ 1.300.000            |                                     |

El PROVEEDOR deberá sugerir dentro de la propuesta un esquema de remuneración según su experiencia y los perfiles necesarios por la CCB, 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.

El salario asignado al personal de la operación deberá ser incrementado en enero de cada año de acuerdo con la ley.

El PROVEEDOR 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.

#### 4.6 RECLUTAMIENTO Y CONTRATACIÓN

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

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

- a. 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 y éstas sean satisfactorias.
- b. 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.
- c. 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 llegare 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.
- d. La visita domiciliaria deberá efectuarse a las personas contratadas por el PROVEEDOR para la prestación del servicio requerido en la presente invitación.
- e. El PROVEEDOR 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.
- f. El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR. Por ningún motivo se acepta la contratación por medio de terceros (cooperativas de trabajo asociado, empresas de servicios temporales, etc.)
- g. La CCB requiere que se contrate en iguales o mejores condiciones económicas que las presentes al personal que va a ser vinculado en los roles y funciones mencionadas anteriormente.
- h. 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.

- i. El PROVEEDOR 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.

- j. 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.
- k. El PROVEEDOR deberá ofrecer actividades de bienestar social a sus trabajadores, en las mismas condiciones de los empleados de planta de La CCB. Este punto busca que el personal designado por el PROVEEDOR pueda participar de las actividades que el PROVEEDOR realice para motivar y generar bienestar y calidad de vida entre las personas de la operación.

En la ejecución del contrato, el PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR. El PROVEEDOR 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 Laborales (A.R.L)

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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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.

#### **4.7 RECONOCIMIENTOS**

El PROVEEDOR 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.

#### **4.8 CAPACITACIÓN**

El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 formadores del PROVEEDOR encargados de la capacitación relacionada con LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ deberán:

- a. Poseer experiencia en capacitación a grupos de trabajo, además de experiencia en Centros de Contacto o de servicio al cliente.
- b. 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.

EL PROVEEDOR deberá llevar las estadísticas mínimas de capacitación que incluirá, entre otros, lo siguiente:

- a. 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, con la respectiva fecha y cantidad de horas.
- b. Pruebas originales dadas por todo el personal del PROVEEDOR en los últimos 365 días.
- c. Encuestas posteriores a la capacitación.
- d. Cronogramas de capacitación.
- e. 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 PROVEEDOR el desarrollo de dichas pruebas.

Para toda capacitación el PROVEEDOR 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 PROVEEDOR deberá tener disponible los informes de síntesis detallado de la actividad de capacitación completada en cada sitio y como una empresa.

El PROVEEDOR asegurará que todo el personal gerencial y del Staff 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR y éstas no deberán interferir el horario definido para la atención. El PROVEEDOR 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 habilidades blandas (protocolos, servicio al cliente, manejo de clientes, identificación de tipos de cliente, ventas, habilidades comerciales, manejo de objeciones, redacción, ortografía, manejo de tono de voz, 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 o refuerzos 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.

El proveedor deberá disponer de la infraestructura física y tecnología necesaria para la ejecución de capacitaciones presenciales y virtuales, garantizando la conectividad a herramientas requeridas, equipos de cómputo para el personal capacitado, audio para capacitaciones virtuales, tablero, pantalla y/o videobeam que garantice una excelente visibilidad.

#### **4.8.1 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.

#### **4.8.2 CAPACITACIÓN PERMANENTE**

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

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

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

El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR trabajarán en forma conjunta para definir la capacitación permanente que se deba dictar o que sea necesaria para los agentes.

#### **4.9 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 Gerente de Cuenta 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR deberá proporcionar pruebas documentadas de su cumplimiento con este requisito si LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ solicitara una auditoría.

El PROVEEDOR 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, indicadores operativos, metas comerciales o 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 PROVEEDOR en un plazo no superior a 12 horas.

#### **4.10 CLIMA LABORAL**

El PROVEEDOR 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 gerente de la cuenta debe tener sesiones de retroalimentación con el fin de asegurar su bienestar e identificar oportunidades de mejora.

La Cámara de Comercio de Bogotá podrá realizar, en cualquier momento durante del desarrollo del contrato, encuestas de clima laboral adicionales a las del PROVEEDOR.

## **4.11 ROTACIÓN Y AUSENTISMO**

El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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.

### **4.11.1. 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 PROVEEDOR 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 debe ser enviada a solicitud de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ siempre que una persona se retire de la campaña, ya sea voluntaria o involuntariamente.

### **4.11.2. AUSENTISMO**

El ausentismo debe medirse a nivel general y a nivel de programa y deberá analizarse mensualmente reportándolo como un porcentaje anual. 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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.

## **5. ARQUITECTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA**

### **5.1 INFRAESTRUCTURA FÍSICA**

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 PROVEEDOR. 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 PROVEEDOR 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. Así mismo, debe garantizar una sede alterna que sirva para planes de contingencia.

Se debe contemplar la siguiente estructura:

- a. Posibilidad de crecimiento, manteniendo la comodidad de los agentes.
- b. Estructura antisísmica.
- c. Espacio de cafetería y zona de descanso
- d. Permitir operar en forma continua (24/7) los 365 días del año.
- e. Contemplar espacios para el manejo institucional de la imagen de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- f. 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.
- g. El PROVEEDOR debe permitir y garantizar 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, videobeam y pantalla retráctil para proyección, computadores, acceso a internet, etc.
- h. El PROVEEDOR debe asegurar que el entorno de trabajo de los asesores esté acorde a los requerimientos mínimos de trabajo y no presentar: hacinamiento, mala iluminación, control de temperatura inadecuado, control de plagas, condiciones ruidosas, entre otras.

#### **5.1.1 PUESTOS DE TRABAJO**

- a. Cada puesto debe ser independiente y debe tener la estructura adecuada, que permita la disminución del ruido en cada puesto de trabajo.
- b. La superficie de trabajo debe ser lo suficientemente amplia y cómoda para que el agente se sienta conforme.
- c. Se debe incluir una silla ergonómica con las siguientes características: Giratoria, espaldar medio ajustable en altura y profundidad, contacto permanente, elevación neumática.
- d. 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.
- e. El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 estos 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 estos elementos, de tal manera que el servicio no se vea afectado por este tipo de inconvenientes.
- f. El asesor debe contar con un locker fuera del área de trabajo en donde pueda guardar sus pertenencias.
- g. El asesor no podrá tener sus objetos personales como: celular, bolso, maleta, etc, en el puesto de trabajo.
- h. Los puestos de trabajo deben cumplir con las condiciones definidas por el gobierno nacional para la industria, en razón a las nuevas condiciones de operación y distanciamiento.



## **5.1.2 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.

## **5.1.3 PERSONAL DE LA CCB EN INSTALACIONES DEL PROVEEDOR**

El PROVEEDOR deberá disponer cuando se requiera de un puesto de trabajo cómodo con acceso a internet para el personal de La Cámara de Comercio de Bogotá, que por necesidad del servicio, capacitaciones, reuniones y/o seguimientos deba estar en las instalaciones de la operación.

## **5.1.4 PERSONAL EN TELETRABAJO**

EL PROVEEDOR debe garantizar en caso de ser requerido la implementación de operación en modalidad de teletrabajo en la cantidad de personas que se requieran según acuerdo previo y autorizado por la CCB, esta modalidad será implementada por circunstancias de fuerza mayor o condiciones de salubridad decretadas por el gobierno nacional.

En esta modalidad se debe cumplir con todas las condiciones definidas por la legislación colombiana en materia laboral, adicionalmente se debe garantizar las mismas condiciones en cuanto al cumplimiento de indicadores de servicio, calidad, seguridad de la información, conectividad y tecnología. Esta modalidad de trabajo en ninguna circunstancia debe implicar aumento en las tarifas ofertadas en el Anexo 7. Propuesta económica.

## **5.2 INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA**

El PROVEEDOR 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, 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. El proveedor deberá garantizar la cantidad de licencias requeridas por la CCB para la ejecución, consulta y operatividad de la solución.

Para los servicios ofertados, el PROVEEDOR 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 PROVEEDOR se compromete a ejecutar todos los desarrollos que requiera la operación al inicio y durante la ejecución del contrato según los requerimientos de La Cámara de Comercio de Bogotá.

### **5.2.1 PLANTA TELEFÓNICA**

Se requiere utilizar una plataforma 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 PROVEEDORS de telefonía fija y enlaces entre la planta telefónica y el IVR). El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR deberá tener un mecanismo de desborde que minimice el impacto de esta situación e informar inmediatamente a la Cámara de Comercio de Bogotá.

#### **5.2.1.1 CENTRAL TELEFÓNICA**

Se requiere utilizar una 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 PROVEEDORS de telefonía fija y enlaces entre la planta telefónica y el IVR). El PROVEEDOR es responsable de mantener un histórico de la ocupación de estos canales y reportar esta información cuando se requiera la Cámara de Comercio de Bogotá. El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR deberá tener un mecanismo de desborde que minimice el impacto de esta situación e informar inmediatamente a la Cámara de Comercio de Bogotá.

#### **5.2.1.2 EXTENSIONES**

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

- a. Software de atención de llamadas, diadema telefónica con uno o dos auriculares para la recepción del sonido y un micrófono integrado para la transmisión. La diadema debe garantizar la ergonomía con las condiciones de adaptación y excelente calidad de audio.
- b. Debe contar con la funcionalidad de gestionar llamadas Inbound /Outbound según sea requerido.
- c. 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 Pantalla para desplegar información

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

#### **5.2.1.3 ALTA DISPONIBILIDAD**

Teniendo en cuenta las llamadas gestionadas en el Contact Center y que representan en un segmento importante de solicitud de los servicios que ofrece la CCB a los clientes, El PROVEEDOR 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.

EL PROVEEDOR deberá relacionar todos los componentes de ingeniería de detalle, las arquitecturas y/o topologías de alta disponibilidad de los elementos tecnológicos que soportan el servicio y que harán parte de la oferta presentada.

#### **5.2.1.4 ACD (SISTEMA AUTOMÁTICO DE DISTRIBUCIÓN DEL LLAMADAS)**

El servicio se complementa con los sistemas de reportes 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 durante la ejecución del contrato. 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.

#### **5.2.1.5 IVR**

El PROVEEDOR 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, 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).
- Integración con otras plataformas tecnológicas y de telefonía, ejemplo Avaya para el desborde de llamadas de manera automática.

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 de requerir actualizaciones, modificaciones o desarrollos a nivel del IVR, el PROVEEDOR deberá garantizar los ajustes necesarios según necesidad de la CCB.

## **5.2.2 CANALES VIRTUALES**

EL PROVEEDOR seleccionado deberá disponer de todas las condiciones tecnológicas necesarias para soportar los siguientes servicios:

### **5.2.2.1 CHAT**

El Proveedor debe disponer de la plataforma tecnológica que se acople a las condiciones de servicio requeridas en el numeral 1.4.1.2 Este servicio debe permitir el acceso de los agentes designados para la recepción y gestión de las interacciones cuando se requiera este segundo nivel. Este servicio debe garantizar como mínimo lo siguiente:

- a. Disponer de plataforma chat en cualquier página web que la CCB defina.
- b. Desarrollado en una interfaz Responsive y compatible con Android y iOS.
- c. El Look and feel, avatar o imagen del chat será definido por la CCB y el proveedor deberá estar en capacidad de desarrollarlo según necesidad durante la ejecución del contrato.
- d. Capacidad de integración con Apps de la CCB o de la entidad que se defina.
- e. Debe integrar un modelo de calificación que se pueda parametrizar en escala cuantitativa y cualitativa según definiciones de la CCB.
- f. El 100% de las interacciones de este canal debe ser tipificado, para las consultas atendidas por el chat Bot y los agentes.
- g. Capacidad de manejo de Skill/colas según necesidad del servicio.
- h. Funcionalidad de transferencia en línea entre los siguientes niveles:
  - I. Nivel 1. Chat Bot
  - II. Nivel 2. Agentes
  - III. Nivel 3. Abogados CCB o personal especializado del contact center o de la CCB.
- i. Transferencia entre Skill / Colas.
- j. Este servicio debe estar disponible 7\*24\*365.
- k. El servicio debe garantizar que en los tiempos fuera de horario hábil de atención y el chat Bot no pueda resolver la consulta, se debe capturar datos de contacto del cliente, para que en las siguiente 2 horas hábiles de atención se pueda enviar la repuesta al cliente por email, SMS o Llamada según se defina la CCB.

En caso de que la transferencia se deba hacer a otro Contact Center, el Proveedor del servicio deberá implementar la integración entre las plataformas requeridas.

### **5.2.2.2 WHATSAPP**

El proveedor seleccionado debe garantizar la integración de este servicio con la plataforma de chat suministrada, con el número celular o fijo que disponga la CCB para disponer este servicio, el número oficial que actualmente se encuentra certificado por WhatsApp for Business para la CCB es +57 317 2577909, se dispondrá de un API para conectar los servicios de entrada y salida de mensajes según se disponga por la CCB.

El 100% de las interacciones que ingresan por este canal deben ser almacenadas y tipificadas en el CRM del proveedor.

### **5.2.2.3 CLIC TO CALL**

Este servicio debe ser dispuesto por el proveedor para que accedan al canal telefónico por medio de la página web de la CCB o desde el sitio que se requiera, el ingreso puede ser por PC, portátil, celular o Tablet, generando contacto de forma inmediata. Esta herramienta deberá tener integrada la posibilidad de interactuar con el teclado numérico las interacciones, navegación y autogestión del cliente. El tráfico generado por esta funcionalidad debe ser facturada en el grupo de INBOUND.

### **5.2.2.4. VIDEO LLAMADA**

El Proveedor deberá disponer de las herramientas de hardware, equipo de cómputo, cámara web HD o de alta calidad, diadema telefónica con cancelación de ruido para la correcta prestación del servicio a través del canal de atención con videollamada. Este servicio debe contar con funcionalidad de envío y recepción de documentos, así como compartir pantalla.

El servicio será usado por demanda en el momento que lo requiera la CCB, y deberá tener el mismo tratamiento en cuanto tipificación y gestión que la línea de atención. El origen de la llamada proviene desde la página web de defina la CCB para lo cual el Proveedor debe realizar la configuración y parametrización que permita realizar la conexión con video con el agente.

Se deberán cumplir estándares y políticas de la CCB para la prestación de este servicio para los casos del video llamada, por ejemplo: el fondo debe ser neutro, no debe permitir a los agentes ni a los clientes tomar pantallazos de esta videollamada.

### **5.2.2.5. WEB CALL BACK**

El PROVEEDOR debe disponer el desarrollo y parametrización del formulario en la página Web definida por la CCB, así como la distribución de colas y prioridades designadas para este servicio el cual será facturado por demanda según el Anexo. 7 propuesta económica OUTBOUND.

## **5.3 RESPALDO Y SOPORTE TÉCNICO DEL SERVICIO**

Será de exclusiva responsabilidad del PROVEEDOR la 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.L para entornos de trabajo asociados a la actividad de Contact Center en cuanto a iluminación, temperatura, humedad, ergonomía y acústica entre otros.

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

Para las actividades de mantenimiento programado el PROVEEDOR 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 PROVEEDOR debe suministrar los PCs y los accesorios que sean necesarios para la operación objeto de la presente invitación. EL PROVEEDOR 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 deben ser de última generación para garantizar la correcta prestación de los servicios. El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR debe asignar un nuevo equipo de iguales características en un tiempo no superior a una hora.

El PROVEEDOR 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 en sus últimas versiones disponibles (o herramientas similares y compatibles), salida de 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. Se debe proveer sistemas de respaldo de la información de los correos y las carpetas personas (PST) que se creen en los equipos que serán utilizados para la prestación de servicio a la CCB.

El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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.

#### **5.4 HERRAMIENTAS ADICIONALES**

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

- Impresora

- Panel de control o Televisor de mínimo de 42" que permita ver los indicadores en tiempo real en la operación.
- Alarma auditiva o visual cuando estén cayendo los indicadores de Nivel de servicio y Nivel de Atención.

## **5.5 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

### **5.5.1 ACCESO A LOS SISTEMAS DE LA CCB**

#### **5.5.1.1 ENLACES DE COMUNICACIONES**

El PROVEEDOR 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:

- I. Un canal dedicado de exclusividad para transmisión de datos, que conectara a la red privada de datos de la CCB, mínimo 50MB, este canal se deberá anexar a la red anillada MPLS actual de la CCB, se coordinara con el proveedor seleccionado esta conexión y con el proveedor actual de la CCB. Los equipos de comunicación también deberán ser responsabilidad del PROVEEDOR seleccionado para la prestación del servicio.
- II. 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 o planta telefónica que disponga por la CCB. Los gastos de licenciamiento que se puedan generar estarán a cargo del PROVEEDOR seleccionado de la solución de Contact Center. En evolución de la tecnología de telecomunicaciones el proveedor debe estar en la capacidad de disponer de troncales IP para el desborde e integración de la telefonía dispuesta en el proyecto, costos que serán asumidos por Proveedor seleccionado.
- III. El PROVEEDOR debe contemplar los canales de backup para la parte de Datos y Voz en caso de indisponibilidad de los enlaces con las mismas características del canal principal.

#### **5.5.2 NÚMERO TELEFÓNICO ÚNICO**

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

#### **5.5.3 SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

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

La CCB tiene actualmente una solución tecnológica de CRM Microsoft Dynamics 365 a la cual el PROVEEDOR seleccionado deberá integrarse y en caso de ser requerido instalar el producto respectivo en las estaciones de los Agentes, haciendo uso de Licencias de Propiedad de La CCB en los equipos requeridos.

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

El PROVEEDOR 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 al CRM de CCB en el momento que se requiera.

El PROVEEDOR 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 Dynamics.

En caso de actualizaciones de la plataforma tecnológica de la CCB, el PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 de Bogotá podrá solicitar la integración por medio de Web Services de cualquier interacción del PROVEEDOR 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), página 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.

## **5.6 APLICATIVOS DEL PROVEEDOR**

### **5.6.1 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:

- a. Permite la administración de Gestión de Agentes. Registra el total de llamadas atendidas tipificadas de acuerdo con las especificaciones dadas en el diseño funcional del servicio.
- b. 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.
- c. 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.
- d. 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 (Automatic Number Identification)
  - o DNIS (Dialed Number Identification Service)
  - 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)
- e. 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.
- f. 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.
- g. 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 Autoagendamiento de llamadas.
- h. Administrador de encuestas, así como integra las aplicaciones transaccionales, permite integrar encuestas que son generadas de acuerdo con la campaña y calificación de la llamada.
- i. Permite implementar nuevos Scripts, sin que esto implique modificaciones en la aplicación.
- j. Esta conexión con los aplicativos transaccionales también permite que el agente durante la llamada interactúe con los aplicativos sin ayuda del teclado.
- k. 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.

### **5.6.2 MARCADOR AUTOMÁTICO DE LLAMADAS**

EL PROVEEDOR 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 marcando las tipologías como (tonos de ocupado, no contestan, buzones, etc.), así mismo se debe marcar el resultado de las llamadas en las cuales si 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 PROVEEDOR 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.

### **5.6.3 ADMINISTRACIÓN DE LISTAS O CARGUES**

En la gestión Outbound el proveedor debe garantizar un Software que debe contar con las siguientes funcionalidades generales:

- a. Preparación de la lista de marcación debe poder hacerla un usuario no técnico, pero no es indispensable para el cargue inicial.

- b. 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.
- c. Integración con el CRM de Cámara con la información de entrada y salida de cada campaña a través de Web services.
- d. Visualización del resultado de gestión de un cargue, contactabilidad, penetración e intensidad de barrido de una base de datos.
- e. 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.
- f. El sistema deberá permitir parametrizar los criterios que designe la CCB con el fin de priorizar los registros y lograr el mejor resultado de la gestión Outbound.
- g. El Sistema de marcación debe permitir la administración de bases de datos según indicadores definidos desde CCB, estos indicadores están asociados a contactabilidad, efectividad y marcación de registros no contactados.

## 5.7 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. Todas las evidencias que queden grabadas y almacenadas deben estar asociadas a un número de radicado o transacción que debe tener cada llamada de entrada y salida 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, datos y en general de todos los canales de atención operados por el contact center, y mínimo el 15% para datos (pantalla), y el formato de almacenamiento debe ser compatible con el reproductor de Windows Media. En caso de que el PROVEEDOR entregue las grabaciones en un formato no compatible con Windows Media, será total responsabilidad del PROVEEDOR 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 un (1) día hábil, 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 PROVEEDOR dicho proceso de clasificación de llamadas. El nombre del archivo solicitado por La Cámara de Comercio de Bogotá deberá ser la cédula del usuario o cliente, login agente, número telefónico (origen o destino) \_ddmmaa\_hhmm\_skill/cola, sin embargo, EL PROVEEDOR podrá sugerir un nombre diferente, 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:

- a. Puntuación de formularios para evaluar habilidades concretas
- b. La forma de puntuación y las fórmulas de ponderación que puedan ser establecidas por el usuario
- c. "Replay" de las interacciones grabadas
- d. Base de datos de la información capturada en los formatos
- e. 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 PROVEEDOR 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.

## **5.8 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 PROVEEDOR 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 sobrecosto a la operación.

- Browser de páginas WEB
- Cliente Java Swing de IBM.
- Sirep Web
- OnBase
- Sicompite
- Mesa de servicio

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

### **5.8.1 INTEGRACIONES**

Actualmente la CCB cuenta con algunas integraciones nivel de aplicaciones y bases de datos, el proveedor debe garantizar estas integraciones para la normal operación del contact center:

#### **I. SIREP**

- a. <http://sirepweb:80/SistemaIVRWS/services/ServiciosIVRWS>  
Este permite efectuar la liquidación de Renovación Matrícula por número de matrícula y

monto de los activos, obtienen el valor de la renovación (Liquidación Costo Matrícula) por el monto de los activos, Verificar Registro Documento por número de documento.

- b. [http://sirepweb:80/NOT\\_WebService/services/NotariasWS](http://sirepweb:80/NOT_WebService/services/NotariasWS)  
El objetivo es consultar datos básicos del cliente por tipo y número de identificación.
- c. [http://sirepweb:80/TIE\\_WebServices/services/TiendaWS](http://sirepweb:80/TIE_WebServices/services/TiendaWS)  
Consulta la información del Inscrito por número de matrícula.

## II. CRM

- a. Desde el CRM del PROVEEDOR se consultan los macro sectores (Segmento de clientes CCB) asociados al cliente utilizando la capa transversal de integración del CRM establecida para encontrar los códigos CIU. El proveedor deberá consumir el WS que disponga la CCB para la identificación del segmento del cliente.
- b. El PROVEEDOR deberá consumir servicios expuestos por el CRM de la CCB que entregarán la siguiente información:

Proceso Outbound:

- I. Carga / Actualiza / consulta listas campañas de TMK (datos de las campañas y de los clientes asociados a las mismas)
- II. Carga / Actualiza / Crea / Cargue de gestión de todas las campañas efectuadas.
- III. Y demás requerimientos de la CCB.

Proceso Inbound:

- I. Carga / Actualiza / Crea / en el CRM de CCB, gestiones realizadas por los agentes y chatbot dentro de los canales de Chat, IVR y otros que puedan existir (información de la gestión y del cliente)
- II. Y demás requerimientos de la CCB.

Estos métodos de integración se refieren a modo informativo para que el proveedor disponga los recursos y métodos necesarios al momento de implementar el servicio, sin embargo, estas integraciones pueden cambiar, actualizarse en métodos y herramientas, por lo tanto, el proveedor debe estar en capacidad y garantizar el desarrollar y ejecutar las integraciones o cambios que se requieran durante la ejecución del contrato.

### 5.8.2 ANTIVIRUS

El PROVEEDOR es responsable de proporcionar protección antivirus para todos los sistemas que posee y controla, incluso para los de sus subcontratistas. El PROVEEDOR debe asegurar la utilización de la protección antivirus en el escritorio y los entornos de hosting de otros PROVEEDORS 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 PROVEEDOR debe proporcionar la siguiente protección antivirus: instalar las actualizaciones del software antivirus provisto por el PROVEEDOR en los servidores mencionados dentro de las veinticuatro (24) horas del lanzamiento general. El PROVEEDOR debe realizar escaneos de protección antivirus en todos los correos electrónicos ingresantes. Al momento de la detección de un virus, el PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR deberá comprobar que la protección antivirus tenga la capacidad de analizar disquetes o discos duros a discreción.

El PROVEEDOR deberá usar mecanismos de control, seguridad y prevención antivirus comprobados y disponibles en el mercado. El PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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.).

### **5.8.3 CAPACIDAD DE LOS SISTEMAS DE OPERACIÓN**

- a. 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.
- b. Según un cronograma acordado entre las partes, revisar el modelo de planificación de capacidad basado en el desempeño real.
- c. 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).
- d. 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 PROVEEDOR debe disponer de 2 puertos LAN a diferentes equipos de la red de acceso WAN.

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

El PROVEEDOR 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, el proveedor debe indicar cual es el sistema que utiliza para este fin.

Las responsabilidades del PROVEEDOR incluyen, pero no se limitan solo a:

- a. Monitorear la utilización del sistema, los límites de capacidad y las necesidades de capacidad esperables.
- b. Aconsejar a la Cámara de Comercio de Bogotá respecto de la necesidad de aumentar la capacidad, cuando corresponda.
- c. 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.
- d. Revisar formalmente los requerimientos de capacidad como parte del ciclo de planificación normal del negocio de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.
- e. 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.

- f. 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.

## 6. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

### 6.1 ESTADÍSTICAS - VOLUMETRIA

A continuación, se presenta el comportamiento de la operación del Contact Center hasta el mes de Diciembre de 2020, con sus volúmenes e indicadores:

|                     | Enero 2019 | Febrero 2019 | Marzo 2019 | Abril 2019 | Mayo 2019 | Junio 2019 | Julio 2019 | Agosto 2019 | Septiembre 2019 | Octubre 2019 | Noviembre 2019 | Diciembre 2019 |
|---------------------|------------|--------------|------------|------------|-----------|------------|------------|-------------|-----------------|--------------|----------------|----------------|
| Llamadas entrantes  | 18.707     | 24.153       | 69.318     | 47.408     | 28.917    | 19.876     | 22.535     | 20.045      | 20.646          | 20.566       | 15.633         | 16.257         |
| % de abandono       | 1,85%      | 1,45%        | 3,22%      | 4,71%      | 1,55%     | 1,87%      | 2,32%      | 1,34%       | 0,99%           | 1,24%        | 1,29%          | 1,67%          |
| TMO en segundos     | 361        | 422          | 487        | 419        | 381       | 359        | 371        | 375         | 357             | 361          | 358            | 342            |
| Nivel de servicio   | 91,81%     | 92,55%       | 82,95%     | 78,74%     | 92,46%    | 91,81%     | 90,33%     | 89,55%      | 89,50%          | 90,63%       | 90,64%         | 89,33%         |
| Promedio de agentes | 21         | 28           | 135        | 50         | 24        | 24         | 24         | 24          | 24              | 24           | 24             | 24             |

|   |        |        |         |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|---|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Llamadas recibidas IVR                        | 29.699 | 38.142 | 102.008 | 68.707 | 42.620 | 29.524 | 33.700 | 30.055 | 30.530 | 33.922 | 27.010 | 26.229 |
| Llamadas atendidas sin pasar a operador IVR   | 10.992 | 13.989 | 32.690  | 21.299 | 13.703 | 9.648  | 11.165 | 10.010 | 9.884  | 13.356 | 11.377 | 9.972  |
| Duración promedio de llamadas IVR en segundos | 270    | 308    | 374     | 336    | 293    | 276    | 285    | 283    | 276    | 272    | 265    | 256    |

|                          |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Chat atendidos           | 19.255  | 28.187  | 63.437  | 41.716  | 35.059  | 29.900  | 35.459  | 33.518  | 35.046  | 33.863  | 25.451  | 21.412  |
| % de abandono            | 1,06%   | 0,32%   | 0,72%   | 0,99%   | 1,04%   | 0,68%   | 0,61%   | 0,24%   | 0,12%   | 0,15%   | 0,07%   | 0,19%   |
| TMO Chat                 | 0:13:30 | 0:15:55 | 0:13:30 | 0:15:03 | 0:15:16 | 0:13:52 | 0:11:41 | 0:09:29 | 0:08:54 | 0:08:46 | 0:09:13 | 0:08:43 |
| Promedio de agentes Chat | 10      | 12      | 20      | 20      | 12      | 12      | 12      | 12      | 12      | 12      | 12      | 12      |

|                     | ene-20  | feb-20  | mar-20  | abr-20  | may-20  | jun-20  | jul-20  | ago-20 | sep-20 | oct-20 | nov-20 | dic-20 |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Llamadas entrantes  | 20158   | 24010   | 41514   | 25615   | 51427   | 72428   | 83193   | 30.606 | 29.268 | 26.927 | 23.791 | 21.862 |
| % de abandono       | 1,84 %  | 1,65 %  | 4,53 %  | 7,36 %  | 19,99 % | 12,12 % | 19,96 % | 2,51%  | 1,97%  | 2,11%  | 2,07%  | 3,99%  |
| TMO en segundos     | 330     | 396     | 522     | 529     | 624     | 640     | 652     | 484    | 386    | 357    | 346    | 353    |
| Nivel de servicio   | 89,10 % | 88,65 % | 85,73 % | 71,57 % | 36,86 % | 57,92 % | 58,16 % | 85,24% | 85,51% | 82,20% | 81,52% | 79,78% |
| Promedio de agentes | 25      | 35      | 91      | 35      | 64      | 143     | 61      | 51     | 20     | 20     | 18     | 18     |

|   |        |        |        |        |        |         |         |        |        |        |        |        |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Llamadas recibidas IVR                        | 33.384 | 40.164 | 64.695 | 41.755 | 85.123 | 121.229 | 140.785 | 69.765 | 59.960 | 44.089 | 40.493 | 36.470 |
| Llamadas atendidas sin pasar a operador IVR   | 13.226 | 16.154 | 23.181 | 16.140 | 33.696 | 48.801  | 57.592  | 39.159 | 30.692 | 17.162 | 16.702 | 14.608 |
| Duración promedio de llamadas IVR en segundos |        |        |        |        |        |         |         |        |        |        |        |        |

|                          |        |        |        |        |        |        |         |        |        |        |        |        |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Chat atendidos           | 28.050 | 37.565 | 60.795 | 59.192 | 92.473 | 99.852 | 129.489 | 59.544 | 59.592 | 49.339 | 41.247 | 32.602 |
| % de abandono            | 0,15 % | 0,14 % | 0,24 % | 0,39 % | 0,13 % | 0,77 % | 1,04 %  | 0,23%  | 0,14%  | 0,09%  | 0,23%  | 0,36%  |
| TMO Chat                 | 00:10  | 00:14  | 00:21  | 00:38  | 00:39  | 00:16  | 0:21    | 00:18  | 00:18  | 00:18  | 00:17  | 00:18  |
| Promedio de agentes Chat | 10     | 10     | 20     | 15     | 25     | 30     | 30      | 20     | 18     | 18     | 15     | 10     |

## Gestión Outbound

| Gestion Outbound | Enero 2019 | Febrero 2019 | Marzo 2019 | Abril 2019 | Mayo 2019 | Junio 2019 | Julio 2019 | Agosto 2019 | Septiembre 2019 | Octubre 2019 | Noviembre 2019 | Diciembre 2019 |
|------------------|------------|--------------|------------|------------|-----------|------------|------------|-------------|-----------------|--------------|----------------|----------------|
| Telemarketing    | 1.051      | 8.918        | 66.420     | 10.292     | 25.919    | 28.150     | 24.792     | 27.007      | 20.840          | 37.794       | 14.885         | 29.692         |
| Mensaje Robot    | -          | -            | 1.263.397  | -          | -         | 119.967    | -          | -           | -               | -            | -              | 50.940         |
| SMS              | 305        | 521.679      | 1.702.144  | 102.603    | 23.644    | 93.826     | 30.080     | 81.805      | 41.796          | 120.760      | 125.135        | 92.766         |

\*El TMO promedio de la gestión telefónica de Outbound es de 4 minutos.

\*\* El porcentaje de contactabilidad promedio es del 80%

\*\*\*El porcentaje de efectividad promedio es del 50%

| Gestion Outbound | ene-20 | feb-20  | mar-20    | abr-20 | may-20 | jun-20    | jul-20    | ago-20  | sep-20 | oct-20 | nov-20 | dic-20 |
|------------------|--------|---------|-----------|--------|--------|-----------|-----------|---------|--------|--------|--------|--------|
| Telemarketing    | 4.921  | 21.924  | 71.778    | -      | -      | 56.500    | 2.119     | 1.301   | 833    | 3.604  | 30.285 | 26.851 |
| Mensaje Robot    | -      | 659.382 | 676.691   | -      | -      | 1.616.334 | 128.932   | -       | -      | -      | -      | -      |
| SMS              | 683    | 516.842 | 1.135.958 | 12.448 | 5.335  | 1.443.078 | 1.077.335 | 249.409 | 1.657  | 4.865  | 4.871  | 4.298  |

\*El TMO promedio de la gestión telefónica de Outbound fue de 4 minutos en 2020.

\*\* El porcentaje de contactabilidad promedio es del 70%

\*\*\*El porcentaje de efectividad promedio es del 50%

## Chats Entrantes 2017 – 2020

| Año  | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio   | Julio   | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|---------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
| 2017 | 14.337 | 21.273  | 75.036 | 18.735 | 16.021 | 13.109  | 13.034  | 14.511 | 13.085     | 13.140  | 12.903    | 10.471    |
| 2018 | 15.437 | 23.123  | 52.487 | 40.392 | 23.911 | 18.409  | 18.690  | 19.420 | 19.824     | 41.430  | 33.861    | 20.831    |
| 2019 | 19.255 | 28.187  | 63.437 | 41.716 | 35.059 | 29.900  | 35.459  | 33.518 | 35.046     | 33.863  | 25.451    | 21.412    |
| 2020 | 28.092 | 37.617  | 60.939 | 59.422 | 92.591 | 100.625 | 130.849 | 59.630 | 59.674     | 49.384  | 41.342    | 32.719    |

\*En marzo de 2018 se implementó ChatBot, este en la actualidad responde el 40% de las interacciones punta a punta.

## Contáctenos Atendidos 2017 – 2020

| Año  | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
| 2017 | 765   | 893     | 4.724 | 2.008 | 1.647 | 1.072 | 796   | 902    | 713        | 752     | 464       | 437       |
| 2018 | 553   | 1.152   | 3.193 | 1.736 | 1.447 | 1.248 | 1.185 | 1.607  | 1.287      | 1.508   | 1.194     | 630       |
| 2019 | 944   | 1.349   | 2.277 | 1.824 | 1.654 | 1.131 | 1.549 | 1.433  | 1.445      | 1.169   | 893       | 496       |
| 2020 | 786   | 1.185   | 1.196 | 998   | 1.075 | 1.384 | 2.373 | 1.333  | 1.310      | 927     | 893       | 498       |

## VoiceBot

| 2020                                 | Abril        | Mayo         | Junio         | Julio         | Agosto        | Septiembre    | Octubre      | Noviembre    | Diciembre    | Total General  |
|--------------------------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|----------------|
| Atención Punta a Punta Andrea        | 861          | 1.704        | 3.673         | 14.655        | 5.065         | 3.915         | 1.293        | 701          | 1.442        | 33.309         |
| Atención Andrea con Paso a un agente | 2.490        | 5.561        | 10.830        | 54.603        | 24.180        | 18.133        | 5.403        | 1.448        | 2.852        | 125.500        |
| Cliente cuelga la llamada            | 574          | 687          | 3.723         | 12.939        | 6.065         | 5.572         | 1.337        | 342          | 946          | 32.185         |
| <b>Total llamadas</b>                | <b>3.925</b> | <b>7.952</b> | <b>18.226</b> | <b>82.197</b> | <b>35.310</b> | <b>27.620</b> | <b>8.033</b> | <b>2.491</b> | <b>5.240</b> | <b>190.994</b> |

**Nota 1.** No se cuenta con referencia histórica de marcación para destinos (Nacional e internacional) ya que no se ha usado, pero será usado a demanda de acuerdo con la necesidad de la CCB. La proporción de marcación a destino Celular es **60 %**, local **38%** y larga distancia **2%**.

**Nota 2.** El servicio de Video llamada no se ha usado, por lo tanto, no se cuenta con histórico.

**Nota 3.** El servicio de mail no se ha usado, por lo tanto, no se cuenta con histórico.

## 6.2 INDICADORES

LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ solicita al PROVEEDOR la medición y cumplimiento 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 o penalización será aplicada a la unidad en que se presente el sobrecumplimiento o incumplimiento.

Adicionalmente El PROVEEDOR deberá responder por las multas o sanciones a las que llegare a ser objeto la CCB y los gastos en que deba incurrir la organización (p.ej. investigación, defensa, etc.) en el caso de una sanción por parte de un ente de control o regulador relacionadas con vulneraciones a los principios de seguridad y protección de datos originados por parte del PROVEEDOR.

El PROVEEDOR debe reportar cualquier incidente asociado a la vulneración de la confidencialidad, integridad o disponibilidad de la información o relacionado con datos personales:

- a. En el caso que EL CONTRATISTA reporte de manera extemporánea el incidente, EL CONTRATISTA deberá reconocer a la CCB un equivalente al **5%** del valor de la facturación mensual o de los valores que le adeude la CCB por cualquier concepto, sin perjuicio que los mismos puedan ser reclamados por la entidad en cualquier tiempo, judicial o extrajudicialmente. Esto independiente de los gastos asociados a la gestión del incidente en que incurra la CCB, frente a lo cual EL CONTRATISTA se obliga a mantener indemne a la CCB.
- b. En el caso que el proveedor no reporte el incidente y la CCB lo identifique posteriormente, el proveedor deberá reconocer a la CCB un equivalente al **10%** del valor de la facturación mensual o de los valores que le adeude la CCB por cualquier concepto, sin perjuicio que los mismos puedan ser reclamados por la entidad en cualquier tiempo, judicial o extrajudicialmente. Esto independiente de los gastos asociados a la gestión del incidente en que incurra la CCB, frente a lo cual EL CONTRATISTA se obliga a mantener indemne a la CCB.

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 PROVEEDOR, lo cual será informado con mínimo quince (15) días antes de la fecha efectiva de su aplicación.

| <b>INDICADORES MÍNIMOS</b>          |                   |                         |             |   |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------------|-------------|---|
| <b>INDICADOR</b>                    | <b>Frecuencia</b> | <b>Unidad de Medida</b> | <b>Meta</b> | <b>DEFINICIÓN INDICADORES</b>   |
| <b>Nivel de Atención</b>            | Mensual           | Porcentaje              | 95%         | % de llamadas y chats atendidos por agente frente al total de interacciones entrantes.  |
| <b>Nivel de Abandono</b>            | Mensual           | Porcentaje              | 5%          | El nivel de abandono no debe superar el 5% (inbound y chat)   |
| <b>Nivel de servicio Telefónico</b> | Mensual           | Porcentaje              | 80/20       | 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>Nivel de servicio Chat</b>       | Mensual           | Porcentaje              | 90/20       | Porcentaje de Chat deben ser contestados antes de 20 segundos o menos. Para las temporadas altas se pueden presentar excepciones del porcentaje del nivel de servicio (acordados con la CCB).                         |



|   |            |            |                     |   |
|---|------------|------------|---------------------|---|
| <b>Calidad<br/>(Error Crítico y<br/>No Crítico)</b>   | Mensual    | Porcentaje | Máximo 2%           | <p><b>ERROR CRITICO:</b> aquellos atributos en los que una equivocación hace que la transacción completa sea defectuosa. (Generan reprocesos o costos adicionales)</p> <p><b>Formula:</b> Total de monitoreo con errores críticos/Total de Llamadas Monitoreadas.</p> |
|   |            |            | Máximo 5%           | <p><b>ERROR NO CRITICO:</b> equivocaciones que no invaliden toda la transacción.</p> <p><b>Formula:</b> Total de errores no críticos/total de llamadas monitoreadas.</p>  |
| <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%             | <p>Porcentaje de rotación mensual del personal asignados al servicio de inbound y chat.</p> <p><b>Formula:</b> Número de retiros / el número de planta asignada.</p>  |
| <b>Ausentismo</b>   | Mensual    | Porcentaje | Máximo 5%           | $\frac{\text{Número Total de Horas Ausentismo}}{\text{Número Total de Horas Trabajadas}} \times 100$  |
| <b>Formación de personal - Uniformidad 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. (incluye todos los servicios virtuales), los cuales se medirán de manera independiente.</b> | Mensual    | Porcentaje | 99,7%<br>Plataforma | Porcentaje mínimo de tiempo en que están disponibles las plataformas tecnológicas.  |

|   |                    |            |                       |  |
|---|--------------------|------------|-----------------------|--|
| <b>Disponibilidad central telefónica.</b>                                     | Mensual            | Porcentaje | 99,9%<br>Plataforma   | Porcentaje mínimo de tiempo en que están disponibles la plataforma central telefónica.   |
| <b>Índice de satisfacción Clientes – medido desde el Contact center</b>       | Mensual            | Índice     | 4.5                   | Mide la satisfacción de los clientes en el momento de ser atendidos por el personal de la operación y mecanismos de autogestión. Se evalúa en cada llamada y Chat de 1 a 5 |
| <b>Índice de satisfacción de clientes Contact center – medición desde CCB</b> | Anual              | índice     | Línea 87%<br>Chat 84% | 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.  |
| <b>Actualización de Audios IVR</b>  | Diario             | Índice     | 12 horas hábiles.     | La actualización de cualquier contenido en esta herramienta se debe hacer máximo en este tiempo.   |
| <b>Riesgos Materializados</b>   | Cuando se presente | N/A        | 6 horas máximo        | Los riesgos materializados se deben informar en el tiempo establecido. Ver Anexo 3. Requisitos de Gestión de Riesgos para Contact center                                   |

### 6.3 INFORMES

El PROVEEDOR deberá garantizar a LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ el acceso remoto en línea a las herramientas de generación de informes, así como las licencias necesarias para el acceso remoto a las aplicaciones de control (ACD, marcadores, monitoreo, etc) 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 PROVEEDOR.

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

- a. Mensualmente informe gerencial 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 PROVEEDOR a solicitud de la Cámara, deberá presentar informes periódicos (diario, semanal, mensual, anual etc.), con información relevante tal como:

- Llamadas y chats entrantes
- Llamadas y chats atendidas
- Llamadas y chats 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 login 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.
- Análisis y gestión de ChatBot
- Análisis y gestión de VoiceBot

Otros Informes adicionales que sean inherentes a la operación y se puedan generar a solicitud de LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. El PROVEEDOR debe asegurar que estos reportes puedan ser consultados en línea y entregados vía mail 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.

c. 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 uniformidad de criterios | Trimestral |
|---|------------|

d. Envío por Mail o medio compartido (Drive, Teams etc.)de:

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

#### 6.4 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR 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 PROVEEDOR, y contempla el diseño de un modelo de revisión periódica de la factura en intervalos de un mes (1) o incluso quince (15) días.

## 6.5 ENTREGABLES

El PROVEEDOR debe enviar a la CCB los siguientes entregables, de acuerdo con las frecuencias estipuladas, y que evidencien todos los frentes de trabajo vinculados en el Contact Center, para poder realizar el pago correspondiente:

- 6.5.1. Informe de gestión del Contact center**, con periodicidad consolidado mensual, también la CCB puede solicitar informes que vea necesarios para comparar históricos de gestión, por ejemplo: trimestral, semestral anual, etc. Según sea el caso, los informes deben contener como mínimo la siguiente información:

|   |   |
|---|---|
| Número de llamadas atendidas por IVR  | Mensual   |
| Número de clientes atendidos por agente en Línea Telefónica, chat, Whats App y contáctenos  | Mensual   |
| Indicadores con el detalle de causas y acciones en caso de no cumplirlo   | Mensual   |
| Monitoreos de calidad en línea y por escucha activa, donde se incluyan mediciones, analítica de voz y texto 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 PROVEEDOR, 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   |
| Informe de avance de proyectos  | Mensual (En los meses que se esté trabajando el proyecto) |

- 6.5.2. Entregables por Nuevos Desarrollos que se requieran a demanda:** Documento con especificación del desarrollo implementado de acuerdo con lo solicitado por la Cámara de Comercio de Bogotá.

## 7. MIGRACIÓN DE INFORMACIÓN

La CCB dispondrá de una base de datos histórica con las interacciones de clientes en los canales telefónico, chat, WhatsApp, etc, con el objetivo que el proveedor seleccionado garantice la inclusión en la herramienta de gestión CRM dispuesta para la operación, con el objetivo de tener un histórico de interacciones que evidencie conocimiento del cliente.

## 8. CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD INTELECTUAL

Las partes se comprometen a:

- a. Mantener y garantizar que sus empleados mantengan en secreto toda información clasificada como confidencial.
- b. No usar, comunicar, copiar, modificar, sin previo consentimiento por escrito de la otra parte, la información confidencial de la otra parte.

- c. 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.

### 8.1 INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

La información del PROVEEDOR 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 PROVEEDOR hubiere, clara y expresamente, indicado tal calidad. 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 PROVEEDOR, 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.
- 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 que se genere por objeto del contrato establecido.

Las disposiciones anteriores no se aplicarán a:

- a. Información que esté legítimamente en poder de la Parte destinataria de esta antes de ser comunicada por la Parte reveladora.
- b. 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.
- c. 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.

**Entiendo y me es claro el alcance del objeto de la invitación.**

**Acepta y Garantiza**

**SI**

-----  
**NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL**

**C.C.**

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