

CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE CONTACT CENTER PARA CLIENTES RESIDENTES Y VISITANTES

Pliego de prescripciones técnicas



Transports
Metropolitans
de Barcelona

ÍNDICE

1.	Objeto de la licitación	3
2.	Servicios licitados	3
2.1.	Atención e información telefónica.....	3
2.1.1.	Información general sobre TMB	3
2.1.2.	Cita previa.....	4
2.1.3.	Gestión telefónica de los objetos perdidos.....	4
2.1.4.	T-Mobilitat	5
2.1.5.	Quejas, reclamaciones y sugerencias	5
2.1.6.	Captación de potenciales clientes y promociones	5
2.1.7.	Bus a Demanda (BaD)	6
2.1.8.	Servicios y Transportes Turísticos (Hola Barcelona)	7
2.1.9.	Encuestas de satisfacción	8
2.1.10.	Gestión del buzón de voz	8
2.2.	Atención e información digital.....	8
2.2.1.	Consultas a atender por los canales digitales	9
2.3.	Voicebot y chatbot	10
2.4.	Apoyo digital	10
3.	Prestación del servicio	11
3.1.	Inicio del servicio	11
3.2.	Condiciones de prestación del servicio	11
3.2.1.	Horario de prestación de los servicios	11
3.2.2.	Volumen del servicio	12
3.2.3.	Incremento del volumen de servicio	12
4.	Descripción del servicio.....	13
4.1.	Atención e información telefónica.....	13
4.2.	Atención e información digital.....	15
5.	Requerimientos técnicos	15
5.1.	Herramientas TMB	15
5.2.	Plan de contingencia	17
5.3.	Requisitos operativos	17
5.3.1.	Requerimientos profesionales del personal	18
5.3.2.	Requisitos técnicos del personal	18
5.3.3.	Formación.....	19
6.	Acuerdos de nivel de servicio (SLA).....	19
6.1.	SLA por calidad del trabajo	20
6.2.	SLA por volumen de trabajo.....	20
6.3.	SLA por capacidad de respuesta	20

6.4.	SLA por eficiencia.....	20
7.	Seguimiento de la actividad	21
7.1.	Informes de seguimiento	21
7.2.	Reuniones de seguimiento	21
7.3.	Auditorías.....	22

1. Objeto de la licitación

El objeto de esta licitación es la adjudicación de la contratación de un servicio de **CONTACT CENTER** que administre de manera integral y omnicanal todas las consultas, comunicaciones y necesidades de comunicación a través de los diferentes canales de atención de que dispone TMB (teléfono, WhatsApp Business, correo electrónico, redes sociales, etc.), lo que permitirá dar un servicio inmediato y completo a todos los clientes de TMB.

2. Servicios licitados

El servicio a contratar se divide en los siguientes apartados:

2.1. Atención e información telefónica

La atención e información telefónica de TMB está dirigida tanto a clientes residentes como a clientes visitantes y se lleva a cabo a través de una línea de teléfono gratuita. Actualmente, existen dos teléfonos de atención al cliente, el teléfono de atención al cliente residente es el 900 701 149 y el teléfono de atención al cliente no residente es el 93 465 53 13. Pero durante la vigencia del contrato TMB puede modificar los números de teléfono de atención al cliente o añadir nuevos teléfonos para algunos servicios.

Esta línea telefónica de atención al cliente de TMB es uno de los canales formales ofrecidos a los clientes para consultar cualquier duda o gestión con respecto a TMB, consultas sobre tarifas y/o productos, presentar cualquier queja o reclamación, hacer reservas del servicio del Bus a Demanda, entre otros posibles trámites relativos al Bus a Demanda, realizar gestiones y consultas sobre la T-mobilitat, tramitación de cita previa o hacer una consulta sobre un objeto perdido en los transportes gestionados por TMB, entre otros.

TMB también opera una serie de servicios de transporte turístico (como el Barcelona Bus Turístic, el Teleférico de Montjuïc o el Tramvia Blau, entre otros) y vende un conjunto de títulos de transporte orientados al cliente visitante; todo ello, englobado dentro de la marca Hola Barcelona. La atención telefónica y digital sobre productos y servicios turísticos se dirige principalmente a clientes turistas.

Para garantizar el correcto funcionamiento de la atención e información telefónica, si en la cobertura se detecta cualquier incidencia que afecte al cliente de manera generalizada, debe reportarse la incidencia a TMB lo antes posible.

Algunas de las consultas y gestiones de los clientes, entre otras, que pueden incluirse en este apartado son:

2.1.1. Información general sobre TMB

Los agentes de atención al cliente tendrán que responder a las diferentes dudas que planteen los clientes en sus llamadas telefónicas. Las dudas sobre información general que pueden consultar los clientes pueden ser, entre otras temáticas:

- **Servicio de bus y metro:** Amplio abanico de consultas sobre el transporte público de Barcelona: recorrido de las líneas de metro y las líneas de bus, horarios, estado del servicio, mejoras en la red, mapas, información corporativa, etc.

- **Billetes y tarifas:** Consultas sobre los diferentes tipos de tarjetas y abonos disponibles con diferentes opciones de número de viajes o viajes ilimitados durante un periodo de tiempo que permiten combinar diferentes operadores para desplazarse en transporte público, así como dar información de billetes especiales y para determinados colectivos.
- **Compra en línea de títulos:** Facilitar información a los clientes sobre cómo se pueden adquirir en línea los diferentes títulos de transporte que pueden comprarse en TMB por vía telemática. Proporcionar atención y acompañamiento en la compra de los títulos de transporte.
- **Información sobre gestiones y trámites:** Se tendrá que informar al cliente sobre el procedimiento para realizar diferentes gestiones, como, por ejemplo, presentar una queja o reclamación, presentar una alegación, pedir una factura, trámite para acceder a la compra de títulos bonificados, devoluciones, etc.

La resolución de dudas y requerimiento de información general por parte de los clientes puede comportar la realización de tareas de apoyo o complementarias a la atención al cliente a través del teléfono, como, por ejemplo, buscar la información correcta y vigente en la web de TMB (y en otras webs), así como en otros soportes digitales, analógicos, etc.

2.1.2. Cita previa

Esta actividad comporta diferentes gestiones por parte del agente:

- Dar cita previa al cliente en uno de los cuatro puntos de información y atención repartidos por la red de metro o en uno de los cuatro quioscos que más le convenga al cliente a través de la propia herramienta de TMB.
- Modificar o cancelar citas previas a petición del cliente.
- Hacer llamadas salientes en caso de que se le cancele la cita previa a un cliente y el único medio de contacto sea la vía telefónica.

2.1.3. Gestión telefónica de los objetos perdidos

En el caso de llamadas para consultar sobre objetos perdidos en los transportes gestionados por TMB, el operador, además de atender la llamada, tendrá que encargarse de tareas de apoyo secundarias, como, por ejemplo,

- consultar la base de datos de los objetos perdidos de TMB y hacer las anotaciones que correspondan en los registros de los objetos de los clientes atendidos.
- En caso de que se encuentre el objeto en la base de datos, será necesario modificar la información sobre el objeto en la misma, informar al cliente sobre cómo puede recogerse el objeto y darle cita previa para que pueda recogerlo en el Punto TMB.
- En caso de que el objeto no esté registrado en la base de datos, y según el día de la pérdida, tiene que ofrecerse al cliente la posibilidad de que el operador rellene el formulario web específico con los datos que le facilite el cliente.

Durante la vigencia del contrato está previsto cambiar la herramienta de gestión de objetos perdidos, así como el procedimiento de gestión.

2.1.4. T-mobilitat

La T-mobilitat es un nuevo sistema de validación en el transporte público donde el cliente puede gestionar sus títulos y soportes a través de la web o *app*. El soporte puede ser una tarjeta de plástico o el móvil del cliente. Actualmente se encuentra en fase de implantación progresiva, y se prevé que finalice su implantación total durante la vigencia del contrato.

La tarea a realizar por los agentes del Contact Center será:

- Resolver dudas sobre el sistema de T-mobilitat.
- Acompañar al usuario durante el proceso para realizar determinadas gestiones que puede hacer el usuario en autoservicio a través de la web, la *app* o las máquinas de venta de títulos.
- Resolver incidencias de primer nivel.
- Realizar diferentes gestiones a petición del usuario: baja, bloqueo del soporte, rectificación de factura, entre otras.
- Realizar el registro de las quejas, reclamaciones e incidencias que no se hayan podido resolver en el primer nivel.

Temporalmente, las llamadas relacionadas de T-mobilitat son atendidas por personal interno de TMB. El Contact Center tendrá que atender las llamadas de T-mobilitat fuera del horario de atención del personal interno (sábados a partir de las 17 h, domingos a partir de las 14 h y festivos oficiales), y durante el horario de atención del personal interno de TMB aquellas llamadas que no puedan ser atendidas por TMB por una alta demanda. A lo largo de la duración del contrato la totalidad de las llamadas de T-mobilitat pasarán a ser atendidas por el Contact Center.

2.1.5. Quejas, reclamaciones y sugerencias

Los clientes de TMB pueden presentar quejas, reclamaciones o sugerencias telefónicamente. Para la gestión telefónica de las mismas es necesaria una tarea de apoyo complementaria a la recepción telefónica, que es el registro en la aplicación informática que TMB indique, donde el agente tendrá que solicitar e introducir el máximo número de datos posible y hacer una pequeña redacción de los hechos ocurridos.

Aparte del registro de la queja o reclamación, también pueden recibirse consultas sobre el estado de una de estas. El agente, a través del aplicativo correspondiente, la buscará y facilitará al cliente el estado en que se encuentra su queja, reclamación o sugerencia.

2.1.6. Captación de potenciales clientes y promociones

Una vez atendida la llamada y resuelta la consulta o gestión del cliente, según la tipología de llamada, tendrá que informarse al cliente de las ventajas que le comporta darse de alta en los diferentes sistemas que gestiona TMB o bajarse las diferentes aplicaciones de TMB. Por lo tanto, tras resolver la consulta y según la tipología de llamada, se deberá:

- **Captar a clientes:**

- Promocionar que los clientes se registren en los diferentes sistemas: programa de *marketing* relacional de TMB (JoTMBé), sistema de T-mobilitat y sistema de reservas de Bus a Demanda, o cualquier otro que TMB gestione.

- Ofrecer al cliente que se baje las diferentes aplicaciones que gestiona TMB, actuales y futuras: TMB App, TMB Go, Navilens, BaD, Hola Barcelona App, etc.

- **Promocionar el perfilado:** Segmentar a los clientes en base a diferentes parámetros que establezca TMB (ej.: líneas favoritas, paradas favoritas, etc.) si es miembro de JoTMBé, para poder personalizar las notificaciones.

En caso de que el cliente quiera formar parte de este servicio, se le explicará cómo hacerlo y, a petición del cliente, se le acompañará a lo largo del proceso.

2.1.7. Bus a Demanda (BaD)

Este servicio va dirigido al público residente y ofrece una alternativa de movilidad de proximidad. Está enfocado a las actuales líneas de Bus del Barri y persigue evolucionar el actual servicio de estas líneas hacia un modelo más eficiente y que se adapte a las necesidades reales de nuestros clientes. El servicio de Bus del Barri está operado actualmente por 24 líneas, y el proyecto actual de BaD contempla la transformación de la mayor parte de esas líneas hacia Bus a Demanda, pero actualmente solo existen dos líneas de bus con este tipo de servicio.

El cliente puede gestionar el servicio de Bus a Demanda a través de la *app* o por teléfono.

La atención de Bus a Demanda se integrará dentro del teléfono de atención al cliente de TMB, y se utilizará el IVR para segmentar entre los diferentes tipos de servicio.

TMB tiene previsto incorporar durante la vigencia del contrato un servicio de *voicebot* para dar respuesta a una parte de las peticiones de reserva de los clientes de Bus a Demanda. Sin embargo, una parte de las peticiones tendrán que ser atendidas directamente por los operadores del Contact Center. Serán aquellas llamadas de complejidad alta o media que se prevé que no podrán ser solucionadas por el *voicebot*.

Este servicio se empezará a prestar desde el Contact Center durante la vigencia del contrato.

2.1.7.1. Tipología de servicios de BaD

Entre otros, los servicios que los clientes podrán solicitar sobre Bus a Demanda al llamar al Contact Center serán:

- **Consultas genéricas de información:** Demanda de información por parte del cliente sobre su funcionamiento, horarios de las líneas, ubicación de paradas, etc.
- **Alta de usuario:** Registro de los datos del cliente en la base de datos. Es fácil y ligero; se solicita nombre y apellidos y número de teléfono. El dato clave en la identificación del cliente será su número de teléfono.
- **Modificación de datos de usuario:** Modificación de los datos del cliente en la base de datos. El cliente tiene que poder solicitar cambiarlos si lo considera conveniente.

- **Favoritos:** Registro, modificación y eliminación de zonas y paradas favoritas. A las paradas favoritas, además, se les podrá asignar un alias, para facilitar su reconocimiento por parte de los usuarios.
- **Baja de usuario:** Eliminación de los datos del cliente de la base de datos.
- **Reservas:** hacer la reserva para un servicio de Bus a Demanda, donde se solicita al cliente el recorrido que quiere hacer, las personas a viajar y el día y hora que quiere realizarlo.
- **Modificaciones o cancelaciones de reservas:** a petición del cliente, el agente tendrá que cancelar o modificar una reserva.
- **Llamadas salientes:** esporádicamente tendrán que realizarse llamadas salientes para informar al usuario de la cancelación por incidencia de su reserva.

2.1.8. Servicios y transportes turísticos (Hola Barcelona)

Esta actividad comporta tareas de atención e información al cliente sobre los diferentes servicios dirigidos a visitantes.

Los productos y servicios turísticos actualmente se recogen bajo el paraguas de la marca Hola Barcelona, y en estos momentos son los siguientes:

- Barcelona Bus Turístic
- Teleférico de Montjuïc
- Catalunya Bus Turístic
- Otros servicios temporales: Barcelona Christmas Tour, Barcelona Night Tour
- Packs de productos: con productos propios y de terceros (ejemplo: Pack Aerobus)
- Tramvia Blau: actualmente cerrado de forma temporal, con previsión de reapertura sin fecha definida

Las tareas a desarrollar en este ámbito serían:

- Resolver dudas sobre las características de los servicios ofrecidos y dudas sobre los títulos de transporte.
- Guía en el proceso de compra y reserva en los canales propios.
- Resolución de incidencias de primer nivel, principalmente con la compra de títulos a través del e-commerce www.holabarcelona.com.
- Registrar y gestionar quejas y reclamaciones relacionadas con los servicios y transportes turísticos, incluyendo las devoluciones de títulos.
- Atender peticiones de *tours* privados para su derivación al departamento interno de TMB correspondiente para su gestión.
- Gestionar los pedidos de material promocional (mapas/folletos de BBT, Hola Barcelona, teleférico, etc.).
- Dar respuesta y apoyo a incidencias.
- Informar sobre afectaciones del servicio: huelgas, manifestaciones, etc.
- Gestión y cancelación de *vouchers* de compra.

Además de las funciones de atención telefónica descritas en el punto anterior, la empresa adjudicataria podría desarrollar, bajo petición de TMB, otras funciones como:

- Envíos masivos de *e-mails* en caso de alteraciones o cancelaciones de los servicios de transporte turístico.

2.1.9. Encuestas de satisfacción

Al finalizar la llamada, el agente tendrá que transferir al cliente para realizar una encuesta de satisfacción, avisando previamente al cliente. La encuesta consiste en dos preguntas: una para valorar la atención recibida por parte del agente y una segunda para valorar si la consulta o gestión del cliente ha sido resuelta. El agente transfiere a la encuesta marcando el número de tique y el idioma. Una vez hecho, se da la llamada por finalizada.

2.1.10. Gestión del buzón de voz

Se derivarán al buzón de voz todas aquellas llamadas que no se puedan atender, bien porque en el momento de la llamada todos los operadores estén ocupados o porque la llamada se reciba fuera del horario de atención al cliente. Por lo tanto, para gestionar el buzón de voz el agente tendrá que devolver la llamada al cliente siempre que sea un número de teléfono nacional y siempre que el cliente haya dejado un mensaje en el buzón de voz.

2.2. Atención e información digital

En los últimos años, TMB ha apostado por los canales digitales como herramienta para llegar a sus clientes, adaptándose a sus necesidades y deslocalizando los procesos de atención al cliente, a la vez que se liberan los procesos de atención presencial. TMB está interesada en seguir avanzando e implantando herramientas que permitan digitalizar con mayor profundidad y eficacia los procesos de atención al cliente.

En este sentido, y teniendo en cuenta las tendencias en atención digital al cliente, TMB ha apostado por añadir Twitter y WhatsApp como herramientas de atención al cliente a las ya existentes en la lista de canales digitales de atención al cliente, ya que son los de mayor penetración y permiten llegar a más clientes.

Los canales de Twitter y WhatsApp tienen un horario de servicio de 7 de la mañana a 8 de la tarde.

En el caso de Twitter, también se tendrá que dar información de servicio en tiempo real de las incidencias de metro (circulación y estaciones) y de bus, siguiendo las políticas de comunicación de TMB.

Se tendrá que dar respuesta a las consultas recibidas por los siguientes canales digitales: WhatsApp, Facebook Messenger, Twitter y consultas recibidas a través del formulario web que los clientes pueden encontrar en la web de TMB. Las peticiones pueden ser sobre: información de servicio (metro, bus y otros transportes de TMB), T-mobilitat, billetes y tarifas, cita previa, alta de perfil FM/FN, consultas o información general, infracciones, presentación de alegaciones, entre otras.

También hay que tener en cuenta en este apartado que la atención al cliente sobre productos y servicios de TMB también se realiza a través de canales digitales. Actualmente son: *mails*, formularios de consulta que se encuentran en las webs de producto o servicio, páginas de Facebook de producto o servicio, Trip Advisor, Google My Business y una plataforma de gestión de *reviews* asociada al *e-commerce*. La mayoría de estos canales están integrados en

Zendesk, la herramienta de *ticketing* desde la cual se categorizan y se responden las consultas de los clientes.

Igualmente, dentro de la atención digital al cliente también se contempla la gestión de las *reviews* que los usuarios comparten en las diferentes *stores* donde tiene presencia TMB App y App Hola Barcelona: IOS, Android y Huawei.

En este sentido, para garantizar el correcto funcionamiento de los canales, si en la cobertura se detecta cualquier incidencia en el canal (caída de Twitter, de WhatsApp, no entra ninguna consulta, etc.), debe reportarse la incidencia a TMB lo antes posible.

2.2.1. Consultas a atender por los canales digitales

Los agentes de atención al cliente tendrán que responder a las diversas dudas que planteen los clientes. Las dudas sobre información general que pueden consultar los clientes pueden ser, entre otras temáticas, sobre:

- **Servicio de bus y metro:** atención a cualquier consulta sobre el transporte público de Barcelona y el área metropolitana de TMB: recorrido de las líneas de metro y las líneas de bus, horarios, estado del servicio, mejoras en la red, mapas, etc. Dirigir a los clientes al operador de transporte correspondiente cuando la consulta no sea sobre transportes de TMB.
- **Billetes y tarifas:** consultas sobre los diferentes tipos de tarjetas y abonos disponibles con diferentes opciones de número de viajes o viajes ilimitados durante un periodo de tiempo que permiten combinar diferentes operadores para desplazarse en transporte público por el área metropolitana y los precios de esos billetes, así como dar información de billetes especiales y para determinados colectivos (T-verda, T-rosa, etc.).
- **Compra en línea de títulos:** facilitar información a los clientes sobre cómo se pueden adquirir en línea los diferentes títulos de transporte que pueden comprarse en TMB por vía telemática (web y TMB App) y billete sencillo bus con tarjeta de pago. Proporcionar atención y acompañamiento en la compra de los títulos de transporte.
- **Información sobre gestiones y trámites:** tendrá que informarse al cliente sobre el procedimiento para realizar diferentes gestiones, como, por ejemplo, presentar una queja o reclamación, presentar una alegación, abonar una percepción mínima, solicitar una factura, trámite para acceder a la compra de títulos bonificados, devoluciones, etc.
- **Atención digital al cliente no residente:** La atención al cliente sobre productos y servicios turísticos también se realiza a través de canales digitales. Actualmente, son: *mails*, formularios de consulta que se encuentran en las webs de producto o servicio, páginas de Facebook de producto o servicio y Trip Advisor.
- **Otros:** cualquier otra consulta derivada del servicio de metro, bus u otros transportes de TMB.

La resolución de dudas y requerimiento de información general por parte de los clientes puede comportar la realización de tareas de apoyo o complementarias a la atención al cliente a través de los canales digitales, como, por ejemplo, buscar la información correcta y vigente en la web de TMB (y en otras webs), así como en otros soportes digitales, analógicos, etc.

Además, deberá reportarse cualquier incidencia que se detecte en las herramientas utilizadas, como Zendesk, Twitter, WhatsApp, webs de TMB, etc.

2.3. Asistente virtual (*chatbot*) y *voicebot*

TMB ha puesto en funcionamiento un asistente virtual (*chatbot*) con el fin de facilitar la atención a sus clientes a través de la web. Asimismo, actualmente está trabajando en la implantación de un sistema *voicebot* para dar respuesta a los clientes a través del mismo.

A fin de que el *chatbot* y el *voicebot* funcionen correctamente, es necesario realizar tareas de mantenimiento y entrenamiento de estas herramientas, revisando las respuestas dadas por las mismas a los clientes, y en aquellos casos en que la respuesta no haya sido correcta, será necesario realizar, entre otras, las siguientes acciones:

- Añadir o modificar intentos
- Añadir o modificar *entities*

Por esta razón, es posible que a lo largo de la vigencia del contrato se solicite a la empresa adjudicataria la realización de alguna o todas estas tareas para dar apoyo a estas herramientas con el fin de conseguir que la respuesta se adapte a la consulta del cliente en el mayor número de casos posible.

En caso de que a lo largo de la duración del contrato la empresa adjudicataria tenga que asumir la realización de alguna o todas las tareas para dar apoyo a estas herramientas, tendrá que presentar mensualmente un informe de seguimiento sobre dichas herramientas.

2.4. Apoyo digital

TMB atiende a sus clientes a través de varios canales: presencial, telefónico, digital. Actualmente, los canales digitales son formularios específicos en la web de TMB y otros canales digitales de TMB, *mails* directos y redes sociales (Twitter y Facebook). Esta atención digital puede requerir llevar a cabo tareas complementarias, como, por ejemplo, buscar la información correcta y vigente en la web de TMB (y en otras webs), así como en otros soportes digitales o analógicos, consultar datos que TMB ponga a disposición y realizar las anotaciones que correspondan.

Las tareas de información están relacionadas con la publicación de información de servicio de metro y de bus en tiempo real de forma proactiva (no como respuesta a consultas = atención), específicamente a través de Twitter y de los canales digitales que se establezca, dentro del horario de servicio del canal.

Este apoyo a la información y atención digital se proveerá bajo petición específica y se facturará por hora de servicio contratada. Implica que la empresa adjudicataria tiene que estar en disposición de ofrecer este servicio en los días y franjas horarias indicadas (de lunes a viernes laborables, entre 7 y 20 h) y realizarlo, efectivamente, cuando TMB se lo solicite. Por este motivo, se solicita que la empresa licitadora establezca un precio/hora por este apoyo, teniendo en cuenta que solo se facturará el refuerzo que TMB haya solicitado y la empresa licitadora haya prestado.

Como se trabaja con registro Zendesk, no se requiere que la empresa adjudicataria aporte datos específicos de estas gestiones.

3. Prestación del servicio

3.1. Inicio del servicio

Una vez adjudicada la oferta y firmado el contrato, el adjudicatario dispondrá de seis semanas, como máximo, para iniciar la prestación del servicio, formación incluida.

La empresa adjudicataria tendrá que contar con los centros de contacto y la infraestructura tecnológica y humana necesaria para prestar los servicios adjudicados desde el primer día del inicio del contrato con los niveles de servicio y calidad establecidos en este pliego.

3.2. Condiciones de prestación del servicio

Las condiciones (horarios, volumen de llamadas/consultas, etc.) en que la empresa adjudicataria tendrá que prestar sus servicios son las siguientes:

3.2.1. Horario de prestación de los servicios

- **Atención e información telefónica:** todos los días del año, de 7 a 21 h.
- **Atención e información digital al cliente residente:** el horario de este servicio será de lunes a viernes laborables, de 7 a 20 h (exclusivamente formulario objetos perdidos).
- **Atención e información digital al cliente no residente:** el horario de este servicio será de lunes a domingo, de 7 a 21 h.
- **Apoyo de atención digital:** este servicio se realizará a petición de TMB en momentos puntuales. El horario de atención de este servicio se determinará cuando se solicite el servicio, pero en ningún caso superará el horario de 6.45 a 20.15 h.

3.2.2. Volumen del servicio

SERVICIO	VOLUMEN DEL SERVICIO	DURACIÓN MEDIA	TIEMPO DE RESPUESTA
Atención e información telefónica			
Información general sobre TMB (residentes)	3.600 media mensual de llamadas esperadas	duración media de 225 segundos	inmediato
Servicios turísticos (visitantes)	520 media mensual de llamadas esperadas	duración media de 150 segundos	inmediato
QRS atención telefónica	La media mensual de llamadas esperadas atendidas es de 900	Duración media de 260 segundos (suponiendo que el registro en la aplicación se realiza de forma simultánea a la atención de la llamada y que el agente tiene habilidades para escribir de forma correcta y rápida en el teclado)	inmediato
T-Mobilitat	3.000 media mensual de llamadas esperadas	duración media de 290 segundos	inmediato
Objetos perdidos	2.500 media mensual de llamadas esperadas	duración media de 180 segundos	inmediato
Bus a Demanda (BaD)	1.500 media mensual de llamadas esperadas	duración media de 90 segundos	inmediato
Atención e información digital			
WhatsApp	2.000 media mensual de interacciones esperadas	duración media de 4-6 minutos	Como máximo 15 minutos tras recibir el mensaje
Facebook Messenger	150 media mensual de interacciones esperadas	duración media de 5-10 minutos	Como máximo 60 minutos tras recibir el mensaje
Twitter	1.000 media mensual de interacciones esperadas	duración media de 3-5 minutos	Como máximo 30 minutos tras recibir el mensaje
Formularios web	1.700 media mensual de interacciones esperadas	duración media de 5-10 minutos	Como máximo 24 horas tras recibir el mensaje
Atención digital al cliente no residente	700 media mensual de interacciones esperadas, con una distribución irregular a lo largo del año, ya que la actividad es superior durante la temporada alta	duración media de 3-5 minutos	Como máximo 24 horas tras recibir el mensaje
TMB App	700 media anual de reviews esperadas	duración media de 3-5 minutos	Como máximo 48 horas tras recibir el mensaje
Trip Advisor, Google My Business, opiniones verificadas	1.000 media anual de reviews esperadas	duración media de 3-5 minutos	Como máximo 48 horas tras recibir el mensaje
Gestión de las consultas sobre objetos perdidos			
Objetos perdidos atención digital	La media mensual de las consultas de objetos perdidos por estos canales digitales es de 1.100	Máximo 3 minutos por consulta	En función del momento de la pérdida, entre 1 hora y 5 días como máximo
Gestión del buzón de voz			
Buzón de voz fuera de horario de servicio	50 media mensual de llamadas esperadas	duración media de 250 segundos	Como máximo 2 horas tras recibir el mensaje, en horario de servicio En caso de recepción del mensaje fuera del horario de servicio, serán dos horas como máximo una vez iniciado el servicio

3.2.3. Incremento del volumen de servicio

El servicio de transporte público, y específicamente el de TMB, es sensible a los acontecimientos de la ciudad (planificados o imprevistos). Por este motivo, en situaciones excepcionales, el volumen de llamadas al teléfono o interacciones de los servicios digitales que tiene que gestionar la empresa adjudicataria puede aumentar.

Debido al desarrollo de nuevos modelos de movilidad, puede darse la situación de que TMB ponga en funcionamiento nuevos servicios o productos de transporte a lo largo de los años de duración del contrato que podrían derivar en un incremento del volumen de llamadas telefónicas o interacciones de los servicios digitales que la empresa adjudicataria tenga que gestionar.

Por este motivo, la empresa adjudicataria tendrá que disponer de un sistema de contingencia para dar respuesta a un incremento de llamadas. Este sistema de contingencia puede contener diferentes medidas que pueden ir desde incrementar el número de operadores asignados a la cuenta de TMB para responder a un tipo de consultas muy concretas y/o incorporar, de forma inmediata, para el periodo de espera, una grabación específica con la información que probablemente el cliente necesita en ese momento u otras que se puedan pactar entre la empresa adjudicataria y TMB en el momento en que se presente la necesidad.

4.Descripción del servicio

4.1.Atención e información telefónica

Con respecto a la atención de las llamadas, el proceso de atención telefónica se realizará de la siguiente forma:

LLAMADAS ATENDIDAS

Cuando el cliente llama pueden darse las siguientes casuísticas:

Si la llamada es fuera del horario de atención, se emite una grabación donde se informa al cliente de cuál es el horario de atención y de los canales digitales que tiene a su disposición. El orden de los idiomas de esta grabación es: catalán, castellano e inglés.

Si la llamada es dentro del horario de atención, se activa una grabación de bienvenida y se ofrece la opción de escoger el idioma en que se quiere ser atendido. El orden de los idiomas de esta grabación es: catalán, castellano e inglés. En el momento en que el cliente selecciona un número que corresponde a uno de los idiomas disponibles, la grabación se corta y pasa a la fase siguiente. Es decir, si antes de acabar de oír toda la grabación el cliente ya sabe el número que corresponde al idioma en que quiere ser atendido y lo marca, la grabación no tiene que seguir. Si el cliente no escoge ningún idioma de atención, no se pasa a la siguiente grabación.

Acto seguido, sin ninguna dilación, un mensaje automático en el idioma escogido le ofrece la posibilidad de oír la política de privacidad. Si quiere oír la política de privacidad, se emite la grabación de la política de privacidad en el idioma escogido por el cliente. En caso contrario, se pasa a la siguiente opción.

A continuación, el cliente escoge el tipo de servicio que necesita en el idioma previamente escogido y pasa a ser atendido por uno de los agentes. Si no hay agentes disponibles, el cliente puede dejar un mensaje en el buzón de voz.

Los tipos de servicio que el cliente podrá escoger a lo largo del IVR podrán variar durante la vigencia del contrato según las necesidades del servicio.

LLAMADAS ABANDONADAS

Las llamadas abandonadas se producen en dos momentos:

- Cuando el cliente cuelga sin esperar a ser atendido, ya sea durante el IVR o durante la espera en cola, que es como máximo de un minuto.
- En cualquier otro momento posterior, cuando el cliente cuelga mientras le atiende un agente o mientras se le ha transferido a la encuesta.

El abandono no tiene repercusión negativa en el SLA.

LLAMADAS DESBORDADAS

Las llamadas pueden saltar a desbordamiento cuando no hay suficientes agentes disponibles y el cliente ha estado en la cola un minuto. Pasado el minuto, la llamada pasa a desbordamiento, se emite una grabación donde se informa al cliente de que las líneas están ocupadas y de los canales digitales que tiene a su disposición y se le ofrece la posibilidad de dejar un mensaje en el buzón de voz para que después le devuelva la llamada uno de los agentes.

El desbordamiento repercute de forma negativa en el SLA.

LLAMADAS TRANSFERIDAS

Se consideran llamadas transferidas todas las llamadas que un operador transfiere a un compañero por cualquier causa (desconocimiento del idioma, desconocimiento de la información, etc.) y las llamadas transferidas a la encuesta de satisfacción.

LOCUCIONES

Todos los mensajes grabados que oye el cliente durante la llamada tienen que ser lo más cortos posible y no dejar ningún segundo en blanco ni al inicio ni al final de la grabación. Estos mensajes pueden cambiarse tantas veces como sea necesario para ofrecer el mejor servicio posible, a lo largo del contrato, y adaptarse a la demanda.

Los mensajes grabados se cocrearán entre la empresa adjudicataria y TMB. El tiempo de entrega de la locución en los 3 idiomas será de 72 horas laborables desde la petición por parte de TMB.

REGISTRO Y CATEGORIZACIÓN DE LAS LLAMADAS

A través de la herramienta Zendesk, se tiene que registrar la llamada para poder extraer datos en caso de que sea necesario. Existen cuatro formularios disponibles en función de la tipología de llamada. Al finalizar cada llamada, el operador que la haya atendido la categorizará a través del formulario en función de una serie de parámetros, todos en formato desplegable y que TMB facilitará, aunque algunos de estos parámetros son automáticos:

Algunos de los parámetros a rellenar son:

- Negocio afectado
- Tipo de interacción
- Agente telefónico
- Categorización (ámbito, subámbito y motivo)
- Línea de bus, metro u ocio afectada

Los parámetros pueden variar según el tipo de formulario, y durante la vigencia del contrato pueden variar los parámetros y los tipos de formulario según las necesidades de demanda y de extracción de datos.

GESTIÓN DEL BUZÓN DE VOZ

Todas las llamadas generan un tique en la herramienta de Zendesk, incluidas las llamadas del buzón de voz.

Todas las llamadas enviadas al buzón de voz, pues, generarán un tique donde podremos escuchar el mensaje grabado por el cliente. Antes de devolverle la llamada, tendrá que escucharse el mensaje y, después, proceder a llamarle, siempre que el número sea nacional.

Se hará un primer intento. Si en el primer intento no se ha podido contactar con el ciudadano, se hará un segundo intento el mismo día. Si en esta segunda ocasión no se puede contactar con el ciudadano, se dará por resuelto el tique y se dejará una nota interna en Zendesk conforme no se ha podido contactar.

En ningún caso se dejará un mensaje de voz en el buzón del cliente, para evitar alargar el intento de comunicación y poder resolver el tique lo antes posible.

En caso de que el cliente no deje ningún mensaje, se procede a cerrar el tique como resuelto sin llamarle.

4.2. Atención e información digital

PRIORIZACIÓN DE CANALES

En general, se gestionan los comentarios por orden de llegada, a menos que, de una lectura rápida, se detecte algún aviso de emergencia. En ese caso, se hace la comunicación interna antes de la investigación y redacción de respuesta.

Aunque los canales digitales no son los canales formales para transmitir este tipo de avisos (emergencias), y así se indica en las condiciones de uso, si llega alguno, se traslada al interlocutor que corresponda y se informa al ciudadano de cuál es el canal formal: interfono SOS, en metro; conductor, en bus.

CONSULTA OBJETOS PERDIDOS

Como criterio general, deberá responderse según el orden de llegada. Ahora bien, para dar margen de tiempo para que el objeto pueda ser registrado y enviado al Punto TMB, el orden de respuesta se establece según la fecha de pérdida y según el tipo de objeto perdido y el tipo de transporte.

Si la consulta llega una vez pasados unos días desde la pérdida, puede responderse el mismo día de llegada.

5.Requerimientos técnicos

5.1. Herramientas TMB

TMB dispone de diferentes herramientas para la gestión de los clientes, de las llamadas de estos y de otras gestiones relacionadas con la prestación del servicio de transporte público. La empresa adjudicataria tendrá que utilizar estas herramientas para el desarrollo de los servicios adjudicados. El pago de las licencias y el desarrollo de estos sistemas correrá a cargo de TMB. Durante la vigencia del contrato es posible que puedan añadirse nuevas herramientas de gestión o de sustitución de alguna existente.

Las principales herramientas son las siguientes:

ZENDESK

TMB tiene implantado Zendesk para:

- Categorizar y hacer el seguimiento de las gestiones realizadas en la atención telefónica y digital, tanto para cliente residente como para cliente visitante.
- Extraer datos volumétricos y operacionales.
- Consultar el fondo de información sobre TMB para dar respuesta al cliente.

El adjudicatario tendrá que facilitar la instalación del sistema, contratar el servicio de internet que sea necesario y protocolos de tráfico y puertos (UDP) para que funcione de manera óptima y asignar horas de formación y de gestión del cambio y utilizarlo en el servicio contratado por TMB.

Para facilitar la integración con Zendesk, TMB solicita disponer de 500 kbps por cada sesión de agente concurriente.

<https://support.zendesk.com/hc/es/articles/4408893306010-Requisitos-del-sistema-de-Zendesk-Support>

AIRCALL

La herramienta que TMB utiliza para la gestión de las llamadas es Aircall. Por lo tanto, será la herramienta a través de la cual la empresa adjudicataria atenderá las llamadas de los clientes de TMB. Con Aircall solo se recibe, se transfiere y se cuelga la llamada o se rellama al cliente. Esta herramienta está integrada en Zendesk.

Aircall requiere al menos 64 kbps (de subida y bajada) para cada llamada simultánea. Además, Aircall requiere una cantidad adecuada de ancho de banda para poder funcionar con sus integraciones, contactos y cualquier otro *software* que el equipo pueda estar utilizando mientras realiza las llamadas. Una estimación aproximada es en torno a 1 Mbps por persona.

Es necesario abrir los puertos en el *router/cortafuegos/software* antivirus al siguiente: TCP: 443, 3478, 5349, 10194

UDP: de 10000 a 20000

Tiene que permitir las siguientes URL e IP:

*.aircall.io

*.amazonaws.com

*.twilio.com

chunderwgl.twilio.com

chunderw-gll.twilio.com

chunderw-vpc-

gll.twilio.com

eventgw.twilio.com

matrix.twilio.com

media.twiliocdn.com

static.intercomcdn.com

ws.pusherapp.com

*.pusher.com

<https://help.aircall.io/es/articles/3819471-requisitos-y-recomendaciones-de-red#:~:text=Aircall%20requiere%20al%20menos%2064,utilizando%20mientras%20realiza%20las%20llamadas.>

Otras herramientas con las que se tendrá que trabajar son:

- Sharepoint: servicios para consultar la base de datos de objetos perdidos y su gestión. Durante la vigencia del contrato será sustituido por otra herramienta (Lost and Found).
- CRM: es la herramienta de consulta para la gestión de clientes donde se da una visión global de los clientes de TMB.
- TPW Agent: herramienta para realizar gestiones de T-mobilitat.
- Microsoft Teams: herramienta que servirá para comunicaciones y reuniones virtuales, así como un espacio compartido de información con TMB.
- Qmatic: herramienta de gestión de citas previas.
- IOKI / Shotl: herramienta para realizar la gestión del Bus a Demanda.
- E-commerce: herramienta que permite visualizar las compras de los clientes.

- Hootsuite:
- Dialogflow: *chatbot*
- Lost & Found: gestión de objetos perdidos

5.2. Plan de contingencia

La empresa adjudicataria tendrá que garantizar la prestación del servicio en todo momento, incluso en el caso de que haya incidencias con la plataforma de llamadas, incidencias tecnológicas y/o de recursos humanos.

Por esta razón, la empresa adjudicataria tendrá que aportar un plan de contingencia con las medidas que se adoptarán para restablecer el servicio en caso de incidencia.

Tendrán que especificarse las medidas para resolver incidencias técnicas (algunas de estas pueden ser: virus informático, caída de servidores, caída de la herramienta de gestión de llamadas, caída de suministro eléctrico, etc.), incidencias en el centro de trabajo, incidencias en la cobertura de personal (con personal formado de *backup*, etc.).

Con el fin de garantizar el plan de contingencia, la empresa adjudicataria tendrá que contar, como mínimo, con los siguientes medios:

- Resolución de incidencias técnicas en un tiempo máximo de 3 horas para poder retomar el servicio de manera ordinaria.
- Velocidad de transferencia de datos entre servidores propios y PC de 100 Mbps de ancho de banda, como mínimo.
- Poder escalar llamadas a TMB (tras una primera atención, posibilidad de derivar la llamada a operadores específicos de TMB), en los casos que corresponda.
- Tablet y portátiles para poder mantener la atención digital en caso de que caiga el suministro eléctrico.
- Conexión 4G para poder mantener la atención digital en caso de que caiga el suministro de internet.

5.3. Requisitos operativos

Todo el equipo asignado al Contact Center de TMB tendrá que disfrutar de estabilidad y exclusividad, tanto las personas con tareas de agentes/operadores como las personas que ocupan el rol de coordinación o de ejecutivo, con el fin de garantizar la menor rotación del personal destinado al Contact Center de TMB, lo que hará posible que la formación que recibirá el personal destinado al servicio del Contact Center y el conocimiento de los productos y servicios de TMB por parte del personal del Contact Center garanticen que los clientes de TMB reciban la mejor atención en todos los ámbitos licitantes.

5.3.1. Requerimientos profesionales del personal

Los requisitos imprescindibles de este servicio son:

CARACTERÍSTICAS PERSONALES

Entre las capacidades, habilidades y competencias personales que tienen que tener las personas que formen parte del equipo destinado a prestar el servicio en TMB, tienen que encontrarse las siguientes:

- Orientación a resultados, orientación al cliente, trabajo en equipo y comunicación.
- Predisposición, integridad, responsabilidad.
- Autonomía, dinamismo y versatilidad.
- Capacidad de aprendizaje, rapidez en la resolución de imprevistos/incidencias.
- Alta capacidad de percepción, concentración y atención.
- Conocimiento de herramientas informáticas de apoyo y buena velocidad de escritura en teclado (mecanografía).
- Capacidad de comprensión oral y lectora y memoria.
- Motivación y compromiso con la organización.
- Responsabilidad, rigor y confidencialidad en el tratamiento de la información.
- Atención y cuidado en el detalle.
- Proactividad, iniciativa y autonomía.
- Capacidad de planificación y organización.
- Resolutiva.

IDIOMAS

- Todos los agentes y coordinadores tienen que dominar el catalán y el español, nivel C1.
- Todos los agentes y coordinadores dedicados a los servicios turísticos tienen que tener el nivel C1 de inglés escrito y hablado correctamente.
- Durante todo el horario de servicio, tiene que garantizarse la correcta atención en inglés.

5.3.2. Requisitos técnicos del personal

Como mínimo se exigirá el siguiente perfil:

- Experiencia mínima de dos años en atención directa o telefónica con clientes.
- Experiencia en trabajos con herramientas informáticas (Windows XP, Excel XP, Access, internet y correo electrónico).
- Experiencia en la elaboración de informes de datos estadísticos y de coordinación de recursos humanos, en la persona que ejerza la función de coordinadora y supervisora.
- Facilidad de aprendizaje de nuevas herramientas y aplicaciones.
- El personal tendrá que tener, entre otras habilidades: buena comunicación, capacidad de organización, trabajo en equipo, empatía.

5.3.3. Formación

Todo el personal asignado recibirá formación por parte de TMB durante un mínimo de 150 horas antes de iniciar la prestación del servicio.

Aparte de la formación que se les impartirá, los profesionales asignados a este servicio tendrán que aprenderse todas las líneas y estaciones de metro y saber por dónde circulan (concretamente) las líneas de bus de TMB, además de saber navegar por la web de TMB y Hola Barcelona. Asimismo, tendrán que superar una prueba para comprobar que han asimilado los conocimientos necesarios.

Todos los profesionales asignados a este servicio tendrán que recibir formación continuada durante toda la vigencia del contrato y reciclajes y nueva formación cuando el servicio lo requiera (por ejemplo: por el cambio de tecnologías de apoyo, por la puesta en servicio de nuevas líneas de bus/metro, etc.).

Cualquier nueva incorporación en el equipo tendrá que recibir la misma formación mínima por parte de la empresa adjudicataria y superar una prueba de conocimientos diseñada y corregida por TMB. A tales efectos, la empresa adjudicataria tendrá que informar a la persona designada por parte de TMB de la incorporación de una nueva persona en el equipo.

Una vez finalizada la formación al agente de nueva incorporación o cualquier formación de reciclaje o de nuevos servicios, la empresa adjudicataria tendrá que enviar una hoja de formación firmada con los asistentes, día, hora de inicio y fin de la formación y temario.

6. Acuerdos de nivel de servicio (SLA)

La gestión del servicio al cliente se valorará en 4 categorías diferentes:

- **Calidad del trabajo:** son los indicadores que indican el grado de conformidad del cliente respecto a los estándares o niveles de calidad del servicio o producto que haya establecido el proveedor.
- **Volumen de trabajo:** son los indicadores que detallan el nivel de rendimiento de entrega del producto/servicio que se requiere al proveedor.
- **Capacidad de respuesta:** son los indicadores que determinan la capacidad (en tiempo) del proveedor para atender una incidencia o petición, o para completar las tareas.
- **Eficiencia:** son los indicadores que indican la efectividad del proveedor para dar servicio a un coste razonable.

En este ámbito se utilizarán indicadores para medir el grado de conformidad del cliente con el servicio recibido. Estos indicadores se aplicarán a los servicios de atención e información telefónica, atención digital y apoyo digital.

Los indicadores son los siguientes:

6.1.SLA por calidad del trabajo

- **Nivel de satisfacción con la atención recibida:** Con este indicador se mide la media mensual de satisfacción sobre la atención recibida. El porcentaje mínimo para considerar que es correcta es del 85 % de la atención ofrecida. El nivel de satisfacción en la atención se calcula a partir de los datos de las valoraciones de los clientes. Se consideran atenciones satisfactorias las que reciben una puntuación de 4 o 5 (en una valoración del 1 al 5).
- **Nivel de satisfacción con la información recibida:** Media mensual de satisfacción mínima del 85 % de la información facilitada. El nivel de satisfacción en la información se calcula a partir de los datos de las valoraciones de los clientes. Se consideran informaciones satisfactorias las que reciben una puntuación de 4 o 5 (en una valoración del 0 al 5).

6.2.SLA por volumen de trabajo

- **Nivel de atención efectiva (llamadas gestionadas):** Este indicador mide la atención efectiva realizada por el primer operador (llamadas gestionadas). El nivel de atención se calcula según la fórmula: $\text{llamadas gestionadas} / (\text{llamadas recibidas en horario} + \text{llamadas abandonadas 1} + \text{llamadas abandonadas 2})$. El porcentaje mínimo para considerar que es correcta es del 95 % de las llamadas diarias.

6.3.SLA por capacidad de respuesta

- **Tiempo medio de respuesta:** es el tiempo medio que tarda un agente para responder a la solicitud del cliente.
- **Tiempo medio de operación:** este indicador mide el tiempo que tarda un agente en resolver la llamada y cerrar el tique, es decir, desde que descuelga hasta que se queda libre para recibir la siguiente llamada.

6.4.SLA por eficiencia

- **Tasa de defectos:** es el porcentaje de errores que comete la empresa al entregar una solución.
- **Tiempo de recuperación:** es el tiempo medio que tarda en resolver un determinado tipo de interrupción del servicio.

7. Seguimiento de la actividad

7.1. Informes de seguimiento

Con el fin de realizar el seguimiento de la actividad de los servicios licitados, TMB establece, como mínimo, los siguientes tipos de documentación periódica en formato compatible con Office que la empresa adjudicataria tendrá que entregar a TMB del 1 al 5 de cada mes.

- **Informe de seguimiento de atención e información telefónica:** Este documento deberá incluir el detalle de la actividad realizada en el periodo analizado de los siguientes parámetros: volumen de llamadas, distribución por días de la semana y franjas horarias, clasificación de la llamada, duración, resultado de encuestas, categorización, etc. Se enviará un informe mensual y uno anual, detallando por separado la atención e información para servicios contratados y un informe global del total de actividades.
- **Informe de seguimiento de atención e información digital:** Este documento deberá incluir el detalle de la actividad realizada a lo largo del periodo analizado de los siguientes parámetros: volumen de interacciones, distribución por días de la semana y franjas horarias, clasificación de las interacciones, duración, etc.
- **Informe de seguimiento de la información y atención que recibe al cliente telefónicamente:** Este documento deberá incluir el resultado de las encuestas de satisfacción realizadas por los clientes en el periodo analizado. El informe también deberá incluir un análisis realizado sobre una muestra representativa de las encuestas de satisfacción mal valoradas y la información relativa a las revisiones de las llamadas realizadas por los operadores. Se enviará un informe mensual y uno anual.
- **Informe de mejora de los servicios y mejora continua:** Este documento deberá incluir un análisis de oportunidades de mejora del servicio, así como la realización del inventario de las necesidades para su correcto desarrollo e información a los clientes. También deberá incluir el plan o planes de acción trimestral para la mejora continua, que la empresa adjudicataria tendrá que implantar a partir de las auditorías internas realizadas. Se enviará un informe trimestral y uno anual.
- **Informe cierre anual:** Anualmente, la empresa adjudicataria deberá presentar un documento que recoja la información anual de los informes mencionados en los párrafos anteriores.

7.2. Reuniones de seguimiento

Periódicamente se realizarán reuniones de seguimiento de la actividad, donde la empresa adjudicataria tendrá que presentar los informes mencionados en el punto anterior. Con 10 días de antelación respecto a la fecha de la reunión, la empresa adjudicataria tendrá que haber facilitado, a las personas designadas por TMB, los informes que se revisarán en la reunión de seguimiento.

Las reuniones de seguimiento se realizarán en los espacios (físicos o virtuales) que TMB determine. En las reuniones de seguimiento, TMB presentará los informes de volumen y valoración de calidad que se hayan extraído a través de Zendesk y se comentarán con el objetivo de la mejora continua.

- **Reuniones de seguimiento de la actividad:** Las reuniones de seguimiento para analizar el nivel de cumplimiento del servicio y la valoración de la calidad de la atención e información serán de periodicidad mensual.
- **Reuniones de valoración del servicio:** Las reuniones de seguimiento para analizar el nivel de cumplimiento del servicio y la valoración de la calidad de la atención e información serán de periodicidad mensual.
- **Reuniones de mejora continua y del servicio:** En estas reuniones se presentarán los informes de mejora de los servicios y de mejora continua, así como el de control de calidad interno. La periodicidad de esta reunión será trimestral.
- **Reunión de cierre anual:** Se realizará anualmente una reunión de cierre y evolución del servicio.

TMB podrá realizar modificaciones en los informes mensuales, trimestrales y/o anual con el fin de adaptarlos a nuevas necesidades. Por otra parte, TMB podrá pedir, puntualmente, información más detallada y concreta referente a la actividad.

7.3. Auditorías

La empresa adjudicataria admitirá ser auditada por TMB o por una entidad con las acreditaciones legales necesarias y designada por TMB. Con tal finalidad, la empresa adjudicataria pondrá a disposición del auditor la documentación vinculada a la prestación de los servicios objeto de la presente licitación y le facilitará las explicaciones que le sean requeridas. El coste de la auditoría correrá a cargo de FMB, TB y PSM.

Si, como consecuencia de la citada auditoría, se detectan incumplimientos del contrato, se aplicarán las correspondientes penalidades y sanciones.

Se realizará una escucha trimestral de conversaciones de los operadores para comprobar que se cumplen los siguientes requisitos:

- Respeto del idioma escogido.
- Información transmitida correctamente al cliente.
- Formación del personal.
- Información disponible en la plataforma.
- Cumplimiento de los criterios de especialización del personal (personas con inglés, con conocimientos de TT).
- Actualización de la herramienta.
- Valoración de la actitud de los operadores (empatía, atención y cuidado en el detalle, proactividad, iniciativa y autonomía, etc.).

Las acciones de mejora detectadas a través de las auditorías deberán implementarse en un plazo máximo de 15 días.