



**ELEGIDO SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE 2013
ACUERDO DE PARTICIPACIÓN
2012-2013 2ª EDICIÓN**

SOCIEDAD..... NIF.....

DOMICILIO SOCIAL.....

POBLACIÓN..... CÓDIGO POSTAL.....

E-MAIL..... TEL..... FAX.....

DIRECTOR GENERAL..... DIRECTOR DE MARKETING.....

DIRECTOR DE CALIDAD..... DIRECTOR ATENCIÓN AL CLIENTE.....

RESPONSABLE DE PRENSA..... AGENCIA DE PUBLICIDAD.....

Persona de contacto con SOTTO TEMPO S.L.....

El suscrito/a Sr./Sra.con el cargoen la empresa declara haber tomado conocimiento, acepta el reglamento de la 2ª Edición del Certamen "Elegido Servicio de Atención al Cliente del Año", certifica como exactas las informaciones contenidas en el presente expediente y constituye de candidatura para la Empresa.

La sociedad antes nombrada se compromete a:

- Pagar, en virtud del artículo 11 del Reglamento, la suma de 5.800 € (cinco mil ochocientos euros), IVA no incluido, en concepto de participación y como contraprestación al informe de resultados.
- Pagar, únicamente en caso de resultar galardonada en su categoría, la cantidad adicional de 12.800 € (doce mil ochocientos euros), IVA no incluido, por categoría ganadora, en concepto del derecho a la utilización global del logotipo "Elegido Servicio de Atención al Cliente del Año 2013", durante el plazo previsto en el artículo 17.1 del reglamento del certamen.

La empresa participante cuyos servicios resulten galardonados, se verá obligada al pago del derecho de uso del logotipo, independientemente de que esta sociedad ejerza o no ese derecho, ya sea el no ejercicio, por voluntad propia o por causas ajenas.

Las empresas participantes entregarán a la organización del certamen los documentos de inscripción debidamente cumplimentados y firmados así como:

- El cuadro resumen con la distribución de llamadas durante los días de la semana y horario (mañana – tarde)
- El cuadro resumen con la distribución de correos electrónicos durante los días de la semana y horario (mañana-tarde)
- El listado de números telefónicos gratuitos y de pago a través de los cuales puede contactar un cliente o potencial cliente con sus respectivos horarios de atención.
- El listado de direcciones de correos electrónicos a través de los cuales puede contactar un cliente o potencial cliente con la empresa.
- El listado de direcciones web a través de las cuales los clientes o potenciales clientes pueden entrar en contacto con la empresa.
- El listado de las problemáticas más comunes en los centros de contacto.
- Las hojas de información de los productos o servicios del participante.
- En caso de necesidad, y para asemejarse al máximo a la realidad, el Organizador podrá solicitar al Participante la prestación de uno o más productos/servicios distribuidos, comercializados o fabricados por el Participante.



DATOS PARA LA INSCRIPCIÓN AL CERTAMEN

Categoría:

Subcategoría:

Número (s) de teléfono (s) de servicio de atención a cliente a evaluar:

.....

.....

.....

Situación geográfica del servicio de atención al cliente (ciudad (es) y el país):

Número de Puestos de Trabajo:

Número de empleados en estos Puestos de Trabajo:

Dirección (es) de correo electrónico (s) o formulario web (s) del servicio en cuestión a evaluar:

.....

.....

.....

Dirección (es) o sitios web los cuáles a evaluar (libre navegación web):

.....

.....

.....

La Empresa Participante certifica la información exacta que figura en este Acuerdo de Participación y acepta plenamente el reglamento y anexos del certamen.

En:

Fecha:.....

Sello de la Empresa

Firma



ELEGIDO SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE 2013
REGLAMENTO
2012-2013 2ª EDICIÓN

Artículo 1. La Empresa Organizadora

La compañía Sotto Tempo Advertising, S.L. con CIF: B65313231, con domicilio social en C/ Mare de Déu de Núria, 8 bajos, 08017 Barcelona, inscrita en el Registro Mercantil de Barcelona (el Organizador), posee los derechos de uso de la marca "ELEGIDO SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL AÑO", marca colectiva registrada ante la Oficina Española de Patentes y Marcas con número 2.932.067/4 y depositada en virtud de un acuerdo de licencia de marcas presentado en debida forma con la empresa Viseo Conseil.

Artículo 2. Objetivo del Certamen

El Certamen tiene como objetivo distinguir a las empresas que ofrecen una mayor calidad en su servicio de atención al cliente.

Artículo 3. Empresas Participantes

Podrán participar en la presente edición del Certamen todas las empresas de bienes y servicios que operen en España y tengan un Servicio de Atención al Cliente.

Las empresas participantes se dividirán en Categorías. (Anexo 1). Una misma empresa puede participar en una o varias Categorías.

En cada categoría habrá un mínimo de 2 empresas participantes. En caso de que, llegado el cierre del plazo de inscripción de candidaturas, no hubiera un mínimo de 2 empresas participantes en una categoría, el Organizador tendrá la opción de incluir la candidatura en una categoría más amplia, previo aviso a la empresa participante, o bien incluir en la categoría una empresa que no haya solicitado voluntariamente su participación en el certamen.

Artículo 4. Metodología para la elección de los galardonados

La Elección del Servicio al Cliente del Año se realizará mediante un doble test:

- 180 contactos de Mystery Shopper divididos en 120 llamadas telefónicas, 45 contactos por e-mail y 15 tests de libre navegación web.
- Encuesta de satisfacción enviada a 2.000 personas representativas de la población española, que tendrá un volumen de respuesta en función de la tasa de penetración en el mercado de la empresa participante.

Los criterios que evaluarán los Mystery Shoppers están basados en la normativa europea UNE EN-15838 y pueden consultarse en el anexo 2. Cada criterio será puntuado en una escala de 0, 1 o 2, excepto el de Calidad de la Respuesta que será puntuado con 0, 2 o 4.

Los Mystery Shoppers serán escogidos y reclutados por el Organizador y sus proveedores técnicos. Los Mystery Shoppers testarán diferentes escenarios establecidos por el Organizador y sus proveedores técnicos, según las problemáticas habituales de las empresas participantes.

En caso de que la empresa participante no utilice para su atención al cliente alguno de los canales previstos en el test, ese canal se anulará, siendo objeto de evaluación únicamente los canales de comunicación utilizados por la empresa participante.

El peso de cada canal será proporcional al número de tests realizados en ese canal respecto al total de la evaluación.

En la encuesta de satisfacción se evaluarán los criterios de satisfacción, recomendación y atención recibida.

En caso de que una empresa tenga menos de un 5% de penetración en el mercado, el Organizador podrá solicitarle un listado de clientes para realizar la encuesta de satisfacción, con el objetivo de conseguir un mínimo de 100 respuestas válidas de dicha encuesta.

El Organizador se compromete a cumplir con la Ley de Protección de Datos en la cesión de esta base de datos.

El Organizador se reserva el derecho de confiar la realización del estudio a los proveedores de su elección.

Artículo 5. Designación de Galardonados

Únicamente habrá una empresa galardonada por categoría. La nota se obtendrá de ponderar con un 80% la puntuación del Mystery Shopper y un 20% la puntuación de la Encuesta de Satisfacción.

La ganadora será la empresa que obtenga mayor puntuación de la categoría, siempre y cuando esta nota supere la nota mínima de 6 sobre 10.

En caso de que ninguna empresa de la categoría alcance la nota mínima de 6 sobre 10 la categoría quedará desierta.

Artículo 6. Informe del Estudio

Cada Empresa Participante recibirá el informe de resultados detallado de su servicio de atención al cliente, el comparativo agregado de los resultados de las empresas de su categoría y de todas las empresas participantes en la presente edición del certamen.

Los resultados se presentan de manera anónima exceptuando el nombre de la Empresa Participante.

El Organizador no estará obligado a entregar a la Empresa Participante las tablas detalladas de los estudios realizados, únicamente las conclusiones del mismo.

Artículo 7. Confidencialidad

El conjunto de informaciones y documentos comunicados por las sociedades candidatas en el marco del Certamen, será considerado estrictamente confidencial. Estas informaciones no podrán ser divulgadas ni publicadas sin la autorización expresa de los interesados.

Queda expresamente prohibido a cualquier de las empresas participantes, incluidas las ganadoras hacer uso de los resultados de los análisis cuantitativos y/o cualitativos de los resultados del estudio realizado, bien sea sobre el propio producto, o el producto de un tercer participante en el marco del certamen.

Los Galardonados autorizan al Organizador a la difusión del nombre, dirección y Categoría por la que fueron premiados. Asimismo autorizan al Organizador a facilitar la información de contacto de los galardonados a las empresas y medios colaboradores con el fin de que puedan coordinar con los premiados sus reportajes y propuestas.

Sotto Tempo Advertising adoptará las medidas de seguridad técnicas y organizativas expresamente establecidas en el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, para garantizar la confidencialidad y la integridad de los Datos objeto del tratamiento.

Los Documentos de Inscripción serán guardados por el Organizador y no serán devueltos a los participantes salvo petición expresa.

Artículo 8. Responsabilidad de la Información

La información descrita en el Acuerdo de Participación es responsabilidad de la Empresa Participante y puede ser objeto de verificación por parte del Organizador.

El Organizador no será responsable en caso de que haya errores en la información otorgada por la Empresa Participante.

Artículo 9. Responsabilidad de la Organización

El Organizador velará en todo momento por el buen funcionamiento del Certamen y el cumplimiento del presente Reglamento depositado ante Notario.

El Organizador garantizará la elección de un Proveedor Técnico fiable, serio y profesional para llevar a cabo los tests correspondientes.

El Organizador se reserva el derecho de hacer uno o más cambios en el presente reglamento sin que se le pueda exigir ninguna responsabilidad por ello. Cualquier cambio será debidamente comunicado a las empresas participantes.

El Organizador se reserva el derecho a rechazar una candidatura si no cumple con los requisitos necesarios para la participación, sin que se le pueda exigir ninguna responsabilidad por ello.

Artículo 10. Solicitud de Participación

Para participar en el Certamen, las Empresas Participantes deben rellenar el Acuerdo de Participación y firmar el presente Reglamento y enviarlo por e-mail, fax o correo postal a la siguiente dirección:

SOTTO TEMPO ADVERTISING
C/ Mare de Déu de Núria, 8
08017 Barcelona
Tel: 93 205 85 80
Fax: 93 280 09 94
Mail: media@sottotempo.com

Los documentos se podrán obtener por simple solicitud al Organizador por cualquiera de las vías anteriormente mencionadas.

Todos los documentos debidamente cumplimentados deberán ser enviados antes del 15 de Mayo al Organizador.

Artículo 11. Cuota de Inscripción

Las Empresas Participantes se comprometen a pagar en concepto de inscripción la suma de 5.800€ (cinco mil ochocientos euros), IVA no incluido, en virtud de participación y en contraprestación al informe de resultados.

Artículo 12. Importe del Derecho de Uso de la Marca

La Empresa Participante cuyo Servicio de Atención al Cliente haya sido Galardonado en el Certamen, se compromete a pagar al Organizador la cantidad adicional de 12.800€ (doce mil ochocientos euros), IVA no incluido, por categoría ganadora, en concepto del derecho a la utilización global del logotipo y concepto "Elegido Servicio de Atención al Cliente del Año", durante el plazo previsto en el artículo 17.1. del presente Reglamento.

La Empresa Galardonada se verá obligada al pago de dicha cantidad independientemente de que esta sociedad ejerza o no el derecho de utilización del logotipo, ya sea el no ejercicio de este derecho por voluntad propia o por causas ajenas.

Artículo 13. Oficialización del Resultado

Los resultados se comunicarán a las empresas participantes una vez acabados los estudios si bien, estos resultados no serán oficiales hasta la Ceremonia de Entrega de Galardones.

Artículo 14. Reclamaciones y Cuestiones no Previstas

Cualquier reclamación sobre los resultados deberán hacerse por escrito como máximo en los seis días hábiles posteriores al anuncio de los resultados. Estas reclamaciones serán resueltas inmediatamente por el Organizador.

El Organizador se reserva la interpretación del presente Reglamento, así como la facultad de resolver las incidencias no contempladas en el mismo.

Artículo 15. Agrupación de Participantes

El Organizador se reserva el derecho de agrupar a todos o parte de las empresas participantes y/o galardonadas para preparar una o más acciones promocionales en relación al Certamen. Este derecho es exclusivo del Organizador excluyendo a cualquier otra empresa.

Artículo 16. Propiedad Intelectual

El logotipo "ELEGIDO SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL AÑO" (Anexo 3) está legalmente depositado. El Organizador es titular de los derechos de reproducción, de representación y de explotación del Logotipo y de la Marca en virtud de un contrato de licencia de derechos de autor y de marca depositado en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial.

Los Galardonados se comprometen a utilizar la Marca tal y como está descrito en el manual de identidad y sin hacer ninguna modificación.

Artículo 17. Uso de la Marca

Las empresas galardonadas en la presente edición serán las únicas autorizadas a utilizar el logotipo, excluyendo a todas las demás.

Esta autorización es otorgada a la empresa elegida y bajo ninguna circunstancia puede ser transferida, cedida o licenciada de ninguna manera.

17.1 Duración y Territorio

Los Galardonados podrán utilizar la Marca desde el 1 de noviembre de 2012 hasta el 31 de octubre de 2013 en el territorio español, excluyendo a cualquier otro país se celebre o no allí el Certamen. Cada Galardonado se compromete a no utilizar y/o difundir en su comunicación la a partir del 31 de octubre de 2013.

El Organizador se reserva el derecho de efectuar los controles oportunos para la verificación del correcto uso de la Marca.

Artículo 17.2. Disposiciones para el uso de la Marca

Los Galardonados sólo podrán utilizar la Marca para describir y promover el servicio de atención al cliente de la categoría ganadora. Este uso se extiende a cualquier acción de comunicación y publicidad.

El nombre de la Categoría en que ha sido galardonada la empresa aparecerá en el logotipo. El uso del logotipo debe ir siempre acompañado de la fuente metodológica del estudio, que la Organización entregará a las empresas galardonadas.

Los Galardonados deben someter a la previa autorización del Organizador cualquier proyecto donde quieran utilizar la Marca y debe respetar las regulaciones del presente Reglamento.

17.3. Sanciones

El Organizador es libre de tomar las medidas apropiadas para garantizar el cumplimiento de las disposiciones de este Reglamento y se podrán ejercer las acciones legales que se consideren necesarias.

17.4. Pérdida del derecho de uso de la Marca

El Organizador tendrá el derecho de prohibir a los Galardonados el uso de la Marca en caso de incumplimiento de las disposiciones recogidas en el presente Reglamento.

El Galardonado no utilizará la Marca en ningún medio y por ningún motivo tras 15 días hábiles de haber recibido la notificación oficial de la prohibición de uso de Marca.

Artículo 18. Jurisdicción

Para cualquier interpretación de las disposiciones del presente Reglamento, las partes, independientemente de su fuero se remiten a los Tribunales de Barcelona.

Artículo 19. Depósito de Reglamento

La participación en el Certamen implica la plena aceptación del presente Reglamento depositado ante el Notario Joan Carles Ollé Favaró (C/ Aribau, 200-210, 2ª PL, 08035, Barcelona).

El Reglamento debe ser firmado por un representante legal de la Empresa Participante o por un agente debidamente autorizado. Debe estar acompañado del sello de la Empresa así como por la firma del Acuerdo de Participación.

La Empresa Participante declara haber tomado conocimiento, acepta el reglamento de la 2ª Edición del Certamen, certifica como exactas las informaciones contenidas en el presente expediente y constituye candidatura para la Empresa.

En:

Fecha:.....

Sello de la Empresa

Firma

ANEXO 1- LISTADO DE CATEGORÍAS ORIENTATIVAS
(categorías propuestas, no limitativas)

1. Agencia de Viajes
2. Agencia de Viajes on-line
3. Alimentación
4. Ascensores
5. Seguros
6. Seguros on-line
7. Banca
8. Banca on-line
9. Bricolaje
10. Packs de Experiencias
11. Fabricante de Automóvil
12. Fabricante de Motocicletas
13. Cosmética
14. Revelado de Fotos en Línea
15. Distribución de Agua
16. Distribución de Productos Técnicos
17. Distribución de Prêt-a-Porter
18. Distribuidor de Deportes y Ocio
19. Distribuidor de Paquetes y Mensajería
20. Distribuidor Especializado
21. Software
22. Electrodomésticos
23. Electrónica para Gran Público
24. Floristería en Línea
25. Material de Oficina
26. Proveedor de Energía
27. Gran Superficie Alimentaria
28. Hostelería
29. Higiene y Belleza
30. Bienes Comerciales
31. Bienes Privados
32. Jardinería
33. Juegos en Línea
34. Servicios de Lavandería y Limpieza del Hogar
35. Alquiler de Vehículos
36. Material de Comunicación
37. Navegación por Satélite
38. Dispositivos de Impresión
39. Prêt a Porter
40. Productos de Lujo
41. Productos Culturales
42. Organismos de Crédito
43. Organismos de Crédito en Línea
44. Operador Telefónico y de Internet
45. Operadores de Teléfonos Móviles
46. Parques de Atracción
47. Pequeños Anuncios
48. Programas de Fidelización
49. Restauración
50. Servicios para Automovilistas
51. Transporte de Personas
52. Venta a Distancia de Alimentos
53. Venta a Distancia de Cosméticos
54. Venta a Distancia de Productos Técnicos
55. Venta a Distancia de Productos Culturales
56. Venta a Distancia de Prêt a Porter
57. Venta a Distancia Generalista
58. Venta a Distancia de Objetos de Bricolaje
59. Venta a Distancia de Deportes y Ocio

ANEXO 2 – CRITERIOS DE EVALUACIÓN MYSTERY SHOPPER

CANAL TELEFÓNICO	CRITERIOS	EXPANSIÓN
Relacional	1 Toma de contacto	El asesor que recibe la llamada se identifica y se dirige al cliente con un discurso y tono adecuado.
	2 Identificación	Identificación mediante el nombre y apellidos o razón social; en el caso de una grabación por parte de Standard Respuesta de Voz Interactiva (el "IVR") o un pre-gancho (este criterio no se aplica si el Mystery Shopper es atendido directamente por un consultor).
	3 Saber decir	El asesor utiliza palabras adaptadas al servicio solicitado (el vocabulario es fácil de entender, ausencia de abreviaturas y términos internos de carácter técnico no comprensibles).
	4 Reformulación	El asesor reformula la petición del Mystery Shopper para asegurar la comprensión del problema y/o utiliza la información proporcionada.
	5 Transferencia de la llamada	En caso de transferencia de llamada a un nuevo asesor, la información y problemática del Mystery Shopper se transmiten. (criterio no aplicable si la llamada la gestiona en su totalidad un único asesor).
	6 Saber orientar	En caso de transferencia, el Mystery Shopper es direccionado hacia la persona correcta (este criterio no se aplica si la llamada se gestiona en su totalidad un único asesor)
	7 Saber escuchar	El consejero no interrumpe al Mystery Shopper, sin embargo, se puede reorientar el discurso sobre el propósito exacto de la cuestión en un tono profesional y positivo.
	8 Despedida	El consejero se despide de forma personalizada, al mismo tiempo, garantiza que ha cumplido con las expectativas del Mystery Shopper y deja la iniciativa para poner fin a la llamada en sus manos.
Gestión de la disponibilidad	9 Tiempo de respuesta	La llamada es atendida antes de 5 tonos o 20 segundos.
	10 Hablar con un asesor	Menos de 1 minuto tras la elección de hablar con un asesor
	11 Acceder al servicio deseado	El acceso a dicho servicio por un esquema comprensible a través de un IVR en menos de 1 minuto (el criterio no se aplica si el participante no tiene SVI o es atendido directamente por un asesor).
	12 Respuesta diferida	Compromiso de devolver la llamada y ofrecer una respuesta en un plazo de 12 horas hábiles (el criterio no es aplicable en el contexto de una respuesta inmediata).
	13 Llamada en espera	El asesor advierte al Mystery Shopper que las líneas están saturadas y debe ponerlo en espera o se dirige un mensaje de voz o música que debe ser menor o igual a 45 segundos (no criterio aplicable en el contexto de una respuesta inmediata)
Calidad de la respuesta	14 Calidad de la respuesta	El Mystery Shopper recibe una respuesta a su solicitud adecuada y de acuerdo con la petición.
Calidad humana	15 Impresión general	La calidad del contacto se considera de manera aislada. El análisis del Mystery Shopper se basa en la empatía y el trato recibido (El Mystery Shopper se basa en las experiencias acumuladas)
	16 Calidad del tono	La calidad y coherencia del tono utilizado por el asesor durante la llamada es adecuado.

CANAL ONLINE
(correo
electrónico o
formularios)

	CRITERIOS	EXPANSIÓN
Relacional	1 Remitente	La dirección de correo electrónico o el nombre del remitente es comprensible y ayuda a identificar a los asesores.
	2 Asunto	El propósito de la respuesta del correo electrónico está en línea con la consulta e indica claramente que esta es una respuesta a la solicitud del Mystery Shopper.
	3 Personalización	Personalización de la respuesta con al menos un saludo de cortesía y/o apellido y/o el nombre del Mystery Shopper.
	4 Redacción	El correo electrónico está escrito en un castellano correcto y no contiene ningún error de ortográfico (sin siglas interna o términos técnicos incomprensibles).
	5 Contexto	La situación se resume (recuerda el contexto).
	6 Despedida	Despedida en tono y forma adecuados.
	7 Identificación	El asesor se identifica por su cargo y / o apellido y / o nombre.
	8 Seguimiento de la relación	El asesor facilita su información de contacto.
Calidad de la respuesta	9 Tiempo de respuesta	Se recibe una respuesta antes de 2 días hábiles.
	10 Confirmación de recepción	El asesor podrá enviar una confirmación por e-mail confirmando la recepción del mismo. Este e-mail debe incluir una fecha de respuesta a la problemática y el tratamiento que se le va a dar, no debe superar los 4 días hábiles. (criterio no aplicable en el contexto de una respuesta inmediata)
	11 Calidad de la respuesta	El Mystery Shopper recibe una respuesta adaptada a su petición.
	12 Impresión general	La calidad general del e-mail se considera en términos absolutos (el Mystery Shoppers se basa en sus diferentes experiencias).
	13 Tono empleado	El Mystery Shopper mide la calidad y la coherencia de tono.
Calidad técnica	14 Legibilidad	El correo electrónico es legible y no existe evidencia de incompatibilidad con el navegador o el proveedor de software usado.

CANAL WEB	CRITERIOS	EXPANSIÓN
Usabilidad y accesibilidad	1 Visibilidad	El motor de auto-servicio, de búsqueda o el agente virtual es visible y accesible desde la página principal.
	2 Funcionalidad	En una referencia a una página de respuesta, un enlace permite el acceso a la función descrita (criterio no aplicable en caso de problemas no relacionados con una función).
	3 Eficacia	Las páginas visitadas son todas útiles (sin página de enlace publicitaria o de patrocinio).
	4 Eficacia	El Mystery Shopper, durante la navegación, puede volver a la página anterior sin que se muestre un mensaje de error.
	5 Navegabilidad	El número máximo de clics para acceder a la información es menor o igual a 4.
	6 Identificación	Cualquiera que sea la página, se dispone de la información para identificar a la empresa (logotipo, texto legal ...).
	7 Formato de la respuesta	La respuesta es concisa y aparece en dos páginas como máximo.
	8 Saber hacer	El motor de búsqueda o agente virtual comprende las palabras simples (el criterio no se aplica si no hay motor de búsqueda o agente virtual).
Calidad de la respuesta	9 Redacción	La respuesta está escrita en un castellano correcto, no tiene faltas de ortografía o abreviaturas o términos técnicos incomprensibles.
	10 Respuesta no disponible	En caso de no estar disponible la respuesta, otro canal de contacto es claramente propuesto para obtener la respuesta deseada (criterio no aplicable si la respuesta es efectiva).
	11 Calidad de la respuesta	El Mystery Shopper recibe una respuesta adecuada a su petición.
Calidad humana	12 Impresión general	La calidad global del servicio se considera en términos absolutos (el mystery shopper se refiere a los servicios recibidos en sus diferentes experiencias).
Calidad técnica	13 Legibilidad	La navegación se produce sin página de error, en construcción o signos de incompatibilidad.

ANEXO 3 – LOGOTIPO

