

17



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

**MANUAL DE INDUCCION PARA EL EJECUTIVO DE NUEVO INGRESO
AL CENTRO DE ATENCION TELEFONICA**

**DISEÑO DE UN PROYECTO PARA UNA ORGANIZACION
PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
PRESENTAN:**

**CHAINE ESPINOSA MARIANA
RIVERA GALICIA NADIA ITZEL**



ASESOR:  **FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION**

L.A Y MAESTRO ERIC RIVERA RIVERA



ABR 22 2002



2002

**MEXICO D.F. COORDINACION DE
EXAMENES PROFESIONALES**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Paginación

Discontinua

Queremos agradecer:

A nuestro asesor, Lic y Maestro Eric Rivera Rivera, por sus consejos, su tiempo, y por creer en nosotras.

A Lic. Claudia Padrón Martínez por su apoyo incondicional, entusiasmo y motivación para seguir este proyecto además de la amistad que siempre nos has brindado.

A los profesores de la Facultad de Contaduría y Administración por transmitimos su sabiduría e impulsarnos a ser mejores profesionistas.

GRACIAS

**Mariana Chainé Espinosa
Nadia Itzel Rivera Galicia**

Quiero dedicar y agradecer a:

Mi madre Angy, a Vicente a mis hermanos Maryel, Mayra, Mauricio y Mario por todo su apoyo y comprensión ya que siempre creyeron en mí.

A mi amiga Nadia por toda la paciencia que me tuvo y sobre todo por su amistad.

A mis amigos Jaziel, Odin, Israel, Gaby y Edgar por su apoyo incondicional y estar en momentos muy importantes en mi vida.

Y a la vida por darme la oportunidad de conocer y aprender.

Muchas gracias

Mariana

Agradecimientos y dedicatorias:

Gracias Dios mío por permitirme llegar hasta este momento que creí tan lejano, y por prestarme vida y salud para seguir adelante.

A mis abuelitas † a quienes debo mucho, las amo, y extraño...

A mi papá por alentarme para seguir adelante creyendo en mí y dándome consejos para la vida

A mi mamá que me ha enseñado la fuerza, valor y responsabilidad que debe tener una mujer para lograr sus objetivos.

A mi hermano, por que a pesar de nuestras diferencias siempre te has preocupado por mí.

Adrián gracias por tu apoyo desde el principio de mi carrera, por transmitir lo mejor de ti y por escuchar.

A mis Tías por apoyarme siempre prestándome sus herramientas de trabajo cuando lo necesitaba.

A Mariana Chainé mi amiga, por compartir los momentos de angustia y de alegría en la escuela y en el trabajo, y por ser paciente cuando me enojo.

Gracias a todos por su apoyo, cariño y comprensión, los quiero.

Nadia

INDICE

	Pagina
INTRODUCCIÓN	
PROGRAMA DE CAPACITACION	
MANUAL DE INDUCCIÓN A GRUPO ELEKTRA	
Bienvenida.....	1
Acerca del Grupo Elektra.....	2
Historia.....	3
Logotipo de Elektra.....	13
Sol Elektra.....	14
Misión.....	15
Propósito.....	16
Valores.....	17
Principales Funcionarios.....	18
Coordinación y Operación de las tiendas.....	19
Distribución y Logística.....	21
Tiendas de Marca (canales).....	22
• Elektra.....	25
• Salinas y Rocha.....	27
• Bodegas de Remates.....	29
• The One.....	30
• Elektra.com.mx.....	31
• TheOne.com.mx.....	31



¿Quiénes conforman las tiendas del Grupo Elektra?.....	33
Nueva Estructura en un Futuro de las Tiendas Grupo Elektra.....	34
Cuadro Comparativo.....	37

Productos

• Guardadito.....	38
• Milenia.....	38
• FotoFacil.....	38
• Western Union.....	39
• Dinero Express.....	39
• Credi Max.....	39
• Promokioskos.....	40
• Unefon.....	40
• Movil@ccess.....	40

Servicios al Personal

• La U.N.E.....	41
• Revista Proyección.....	42
• Convención Anual.....	43
• Fiesta de Fin de Año.....	44
• http://elektranet	45
• Servicio de Comedor.....	46
• Gafete de Empleado.....	47
• Conmutador.....	48
• Horario de Trabajo.....	48
• Estacionamiento.....	48
• Cajero Automático.....	48
• Venta a empleados.....	48
• Caja de Ahorro.....	48
• Servicio Médico.....	48
• Honestel.....	49



Políticas mas importantes.....	51
Dirección General de Auditoría.....	52
• Organigrama.....	53
• Misión.....	54
• Visión.....	55
• Estrategia.....	56
CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA.....	57
• Organigrama	58
• Historia.....	59
• Misión.....	60
• Código de ética.....	61
• Puestos y funciones dentro del CAT.....	62
• Herramientas de trabajo.....	64
• Ubicación y áreas que conforman al CAT.....	66
Atención a Clientes.....	67
• ¿Qué es lo que hace Atención a Clientes?.....	68
• ¿Cómo esta conformado el área de Atención a Clientes?.....	68
• Números Telefónicos.....	69
Transferencias Electrónicas.....	70
• ¿Qué es Transferencias Electrónicas?.....	71
• ¿Qué es lo que hace Transferencias Electrónicas?.....	71
• ¿Cómo esta conformado el área de Transferencias Electrónicas?.....	73
• Números Telefónicos.....	73
Telecosmo.....	74
• ¿Qué es Telecosmo?.....	75
• ¿Qué servicios ofrece?.....	75
• ¿Qué hace CAT Telecosmo?.....	75
• Visión a futuro.....	76



• ¿Cómo esta conformada el área de Telecosmo?.....	76
• Números Telefónicos.....	76
Cobranza.....	77
• ¿Qué es el área de Cobranza?.....	78
• ¿Cómo esta conformado el área de Cobranza?.....	80
• Números Telefónicos.....	80
PROFECO.....	81
• ¿Qué es el área de PROFECO?.....	82
• ¿Qué es lo que realiza el área de PROFECO?.....	82
• ¿Cómo esta conformado el área de PROFECO?.....	83
• Números Telefónicos.....	83
Servicio en Línea.....	84
• ¿Qué es lo que hace Servicio en Línea?.....	85
• ¿Cómo esta conformado el área de Servicio en Línea?.....	87
• Números Telefónicos.....	87
Conmutador.....	88
• ¿Qué es lo que hace Conmutador?.....	89
• ¿Cómo esta conformado el área de Conmutador?.....	89
• Números Telefónicos.....	89
Honestel.....	90
• ¿Qué es Honestel?.....	91
• Programa de Protección a quien Rompe el Silencio.....	91
• ¿Cómo esta conformado el área de Honestel.....	92
• Números Telefónicos.....	92



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA..... 93

- Hacer uso del teléfono.....94
- La modulación de tu voz.....95
- Auto evaluación de tu voz.....96
- Dirigirse al que llama.....97
- Contestar el teléfono.....98
- Escuchar efectivamente.....99
- Manejar objeciones.....101
- El arte de negociar.....103
- Declaraciones, preguntas u objeciones.....108
- Llamada de seguimiento.....109
- Hacer Preguntas.....111
- Hacer llamadas de servicio.....115

EVALUACIÓN

CONCLUSIONES

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA



INTRODUCCIÓN

Quando un nuevo miembro se incorpora como personal dentro de la empresa es muy importante que conozca la organización de ésta; la forma en que está integrada por su estructura, sus miembros y sus actividades de acuerdo a los productos y servicios que ofrece. El conocimiento que posea el trabajador sobre la empresa — al momento en que se incorpora — le permitirá integrarse con una mayor rapidez, realizar sus actividades con más elementos y con la comprensión de la responsabilidad e importancia de las labores que va a realizar.

Los manuales que utilizan las empresas son indispensables para evitar la dispersión de información y de actividades en el trabajo (que, como se sabe, son los mayores obstáculos con los que se enfrentan las empresas que carecen de estas herramientas). Pueden existir distintos tipos de manuales al interior de una organización, se puede hablar de los manuales de procedimientos y manuales de organización, entre los más comunes. A pesar de saber de la importancia de contar con estos instrumentos de trabajo; las empresas, comúnmente, no cuentan con ningún tipo de manual, esto dificulta que al incorporarse los nuevos integrantes retrasen a sus compañeros y a su vez todo el proceso activo de la empresa, teniendo que invertir en tiempo y asesoramiento (no planeado) y muchas veces mal orientado provocando así que el nuevo integrante cometa los mismos errores y vicios que sus compañeros con mayor tiempo de ingreso. Los errores y vicios que se cometen en las acciones de los empleados de cualquier organización se generan y se mantienen debido a que desde que se incorpora el empleado a la empresa no cuenta con los elementos que le permitan conocer cómo realizar sus actividades de la mejor manera y determinar como su trabajo afecta en menor o mayor medida al resto de las actividades de la organización.

Es indispensable para conseguir de una manera más eficaz el logro de los objetivos de la organización contar con manuales que permitan conocer a los trabajadores la importancia no sólo de sus actividades sino el vínculo de éstas con el resto de la organización, así como el grado de interconexión de todas las actividades que en conjunto permiten alcanzar los objetivos que persigue la empresa.

Por todo esto y por la experiencia vivida en nuestra área de trabajo en el Centro de Atención Telefónica (CAT) del Grupo Elektra, así como por los conocimientos compartidos por los profesores de la Facultad de Contaduría y Administración, hemos considerado muy importante elaborar un manual de inducción para el ejecutivo de nuevo ingreso al CAT ya que, como todas las empresas que carecen de manuales de inducción, éste se enfrenta a la dispersión y vicios en las actividades que obstaculizan el desarrollo de un buen servicio.

En la elaboración del manual de inducción para el ejecutivo del CAT hemos retomado información que la empresa ha desarrollado, pero que se encuentra dispersa en sus distintas áreas; se integran datos históricos, de estructura, misión, objetivos y valores del Grupo. Con el manual se pretende crear una herramienta que recopile la información para que de esta forma el empleado conozca de una manera integral el funcionamiento, la organización y los servicios que presta Grupo Elektra tanto a clientes como a empleados. Así, el manual cuenta con datos que permiten al empleado conocer sus responsabilidades y sus derechos. De igual forma, se buscó información acerca de cómo prestar un mejor servicio a través de la vía telefónica (lo cual es la tarea específica del ejecutivo del CAT) y se integraron ejercicios que brindan la posibilidad al ejecutivo de mejorar sus técnicas telefónicas para la atención al cliente.



Consideramos que con la aplicación del manual de inducción para el ejecutivo de nuevo ingreso del CAT se logrará homogeneidad en la calidad del servicio que presta cada uno de los empleados vía telefónica y lograr los objetivos particulares del área brindando un mejor servicio al cliente y, de esta forma, obtener el reconocimiento del servicio y con ello el reconocimiento de los clientes a los servicios de Grupo Elektra.

En el transcurso de nuestro paso en la FCA hemos aprendido que una empresa bien organizada ha de ser comprendida por manuales que ayuden a comprender su estructura tanto para gente externa como para los mismos trabajadores que la conforman, siendo éstos una herramienta útil para llevar a cabo sus actividades, tanto directas como indirectas. Recordamos las clases de un profesor que nos daba como tema principal la elaboración de manuales de operación, de procedimientos, organizacionales, etc. El nos mencionaba lo importante que eran los manuales no sólo para plasmar las actividades de una empresa, sino también para obtener más beneficios, por ejemplo, si una empresa quiere tener la certificación de una norma de calidad, uno de sus requisitos esenciales es mostrar su estructura a través de ellos. Posteriormente se hacen evaluaciones a los mismos empleados para ver que ellos también estén enterados del movimiento de la empresa para la que trabajan. Es por eso que nuestro objetivo fue proponer un manual de inducción a la empresa para la que trabajamos, específicamente para los ejecutivos de nuevo ingreso del CAT Grupo Elektra. Hemos visto la necesidad de hacer un manual de inducción al grupo, puesto que a la fecha no había un plan de inducción y capacitación en el cual el integrante de nuevo ingreso pudiera conocer de manera general de dónde y para quién estaba trabajando.

Así mismo, no tiene conocimiento de los beneficios o prestaciones que la empresa ofrece por ser miembro. Por ello nos enfocamos a elaborar un manual que ayude al nuevo integrante a conocer desde la Dirección General de la empresa hasta el mínimo detalle de su trabajo, el cual se irá dando a través de un programa de trabajo que se impartirá en dos días durante seis horas, en el cual se comprenderá lo que a continuación presentamos:

- I. Inducción a la empresa. Comprende una recopilación de la historia del Grupo, sus integrantes (por ejemplo, Director General, Directores de Área), sus diferentes áreas y los productos y servicios que maneja el Grupo, así como el número de tiendas y su distribución en diferentes países.
- II. Inducción al CAT. Se habla de las diferentes áreas: Atención a Clientes, Transferencias Electrónicas, Telecomso, Cobranzas y Buró de Crédito, PROFECO, Servicio en Línea, Conmutador, Honeste!, también sus principales funciones, integrantes y puestos, servicios y horarios, dando así una idea general de cada una. Así mismo se mencionan las principales herramientas de trabajo y el uso que se les debe dar.
- III. Técnicas Efectivas. Se proporcionará al nuevo integrante una serie de técnicas y ejercicios telefónicos que explican la forma en que los empleados pueden actuar cuando se encuentran en una situación problemática frente a los clientes.
- IV. Conocimiento de su área de trabajo. En esta parte explicamos de forma teórica una introducción a su área en particular dirigida por su Guía de Inducción (GDI) responsable de capacitarlo en la práctica (apoyado con su respectivo programa manual de operación), hasta que cuente con las herramientas necesarias para ejecutar su trabajo.

¹ Ver anexo programa GDI



Considerando que el diseño de un proyecto para una organización es una propuesta de la Facultad de Contaduría y Administración para obtener el título de Licenciado en Administración decidimos que lo más adecuado para titularnos es esta opción, ya que es la óptima para las personas que estudiamos y trabajamos al mismo tiempo, ya que en él plasmaremos los conocimientos que nuestra carrera nos brindó a lo largo de estos años y, a la vez, proporcionar a la empresa donde laboramos elementos que permitan crecer y dar un mejor servicio.



PROGRAMA DE CAPACITACIÓN



PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CAT

Programa de Capacitación

El programa de capacitación tiene el objetivo de dar una bienvenida acorde a las necesidades del personal de nuevo ingreso, en donde éste se estará involucrando en un medio desconocido.

Al momento de incorporándose al Grupo Elektra tiene la necesidad de conocer y relacionarse en las actividades propias de su puesto.

El programa detallará cada una de las actividades a desarrollar, siendo su principal función involucrar al personal de nuevo ingreso en la organización así como en el los conocimientos prácticos y teóricos de la empresa además de su área satisfactoriamente.



PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CAT

Primer día

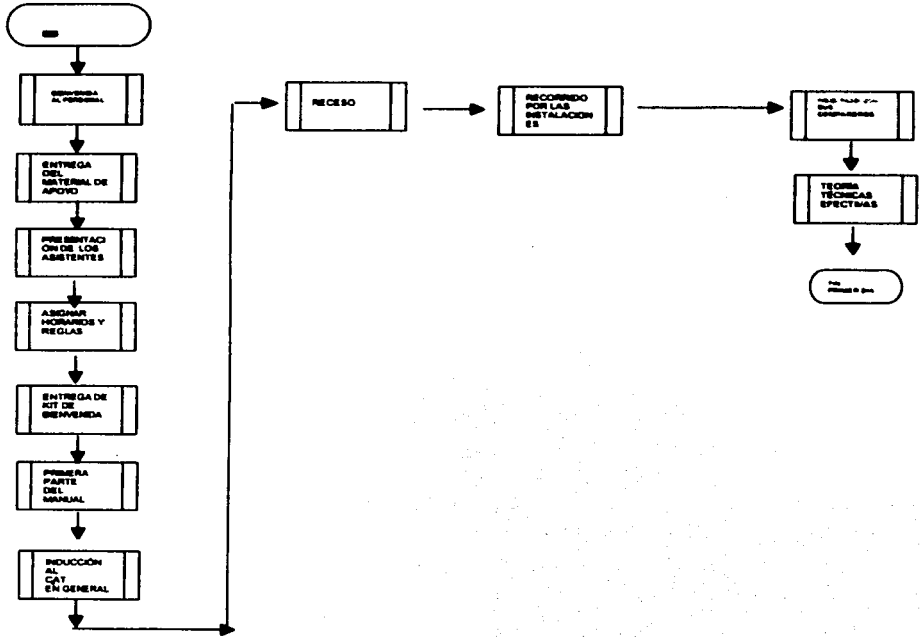
A continuación se detallaran las actividades que se llevaran a cabo.

Tiempo	Actividad	Lugar
10 min.	Bienvenida al personal de nuevo ingreso	Sala de juntas Torre
5 min.	Entrega de material de apoyo	
10 min.	Presentación de los asistentes	
5 min.	Reglas y horarios	
5 min.	Entrega de equipo de bienvenida	
1 hr.	Capacitación de Inducción	
10 min.	Receso	Cafetería.
1 hr.	Inducción a CAT/CECA	Sala de juntas Torre
30 min.	Recorrido por las instalaciones de Torre	Torre 1 y Torre 2
30 min.	Presentación con los compañeros del área	Instalaciones Call Center
2 hrs.	GDI	Instalaciones Call Center

Continúa en la siguiente página



SALA DE JUNTAS TORRE CAFETERIA INSTALACIONES TORRE INSTALACIONES CALL CENTER



PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CAT Cont.

Segundo Día

Habrá un segundo día de capacitación en donde se llevara a cabo la capacitación teórica y practica, que a continuación se detalla.

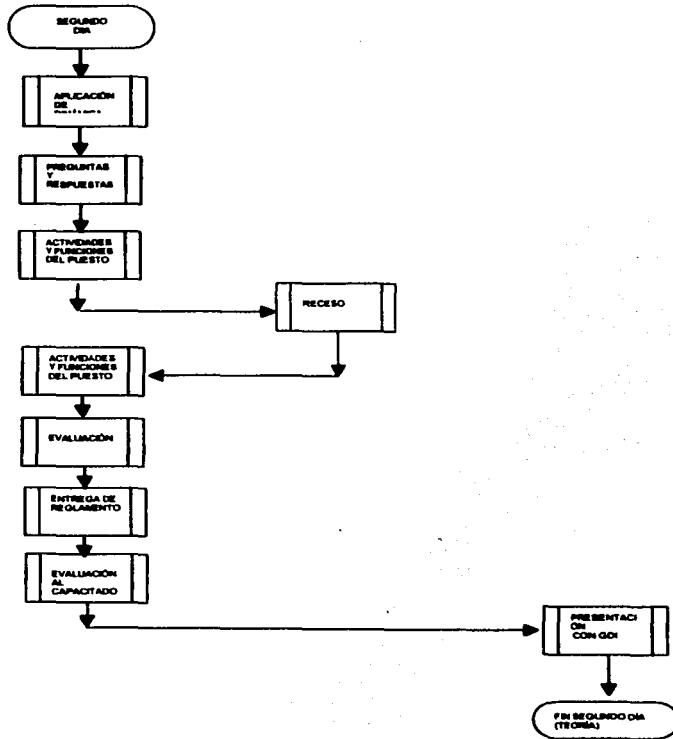
Horario	Actividad	Lugar
5 min.	Dinámica para descongelar ²	Sala de juntas Torre
10 min.	Sesión de preguntas y respuestas de lo expuesto un día anterior	
1:30 hrs.	Actividades y funciones del Puesto	
10 min.	Receso	Cafetería
2:00 hrs.	Actividades y funciones del Puesto	Sala de juntas Torre
1:00 hr.	Evaluación	
30 min.	Entrega del reglamento interno del área ³	
15 min.	Evaluación de la capacitación	
Tercer día	Periodo de capacitación con el GDI del área.	Instalaciones Call Center

² Ver anexo Dinámica

³ Ver anexo Reglamento



SALA DE JUNTAS TORRE CAFETERÍA INSTALACIONES CALL CENTER





Elektra

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA


GRUPO SALINAS

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA

Bienvenidos

Grupo Elektra te da la más cordial bienvenida

Hoy perteneces al Grupo Elektra, empresa que se caracteriza por estar inmerso en el mundo actual de negocios y contar con la más avanzada tecnología y esta visión le ha permitido posicionarse como la empresa líder de productos especializados y crédito al consumo en México y Latinoamérica. Lo cual debe de ser orgullo para ti.

El Grupo Elektra, además de su tecnología y de su constante cambio requiere del talento humano a sí como de gente que sepa resolver los retos que se le presenten, es por ello que estamos seguros que tu eres la persona indicada para formar parte de esta gran empresa y seguir creciendo como hasta el momento lo ha hecho el Grupo Elektra.



Ricardo B. Salinas Pliego
Presidente

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

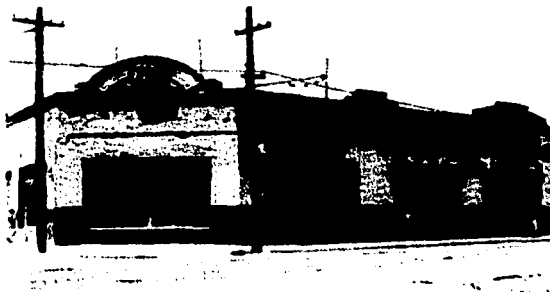
Acerca del Grupo Salinas

Grupo Salinas: es una compañía que desarrolla estrategias de largo plazo para cada una de las áreas bajo control común o con inversiones sustanciales por parte de Ricardo B. Salinas y la familia Salinas: TV Azteca, Grupo Elektra, Unefon, Movil@access, Todito, Telecosmo. Es un grupo creado para estimular intercambio de ideas entre las compañías individuales y maximizar su habilidad para trabajar de manera mutuamente benéfica.

Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Historia



1950

Elektra fue fundada por Hugo Salinas Rocha para fabricar transmisores de radio.

1952

Hugo Salinas Price fue nombrado Director General de Elektra, la cual tenía aproximadamente 70 empleados. Elektra fue la primer empresa mexicana en fabricar televisores.



Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Historia

CRÉDITO 

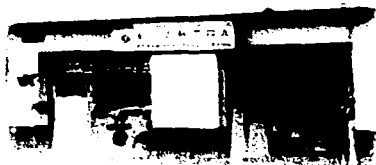
1954

Elektra comenzó a vender sus productos directamente al consumidor mediante vendedores de puerta en puerta. Durante este año Elektra inició su programa de ventas a crédito.



1957

Elektra comenzó la apertura de tiendas propias, incorporando un sistema de ventas a crédito en abonos.



1958

Elektra operaba seis tiendas

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Historia



1963

Elektra obtuvo su primer crédito de un banco extranjero

1968

Elektra operaba 12 tiendas.



1969

Elektra formó un departamento de sistemas, anticipando la necesidad futura de información computarizada.



Continúa en la siguiente página

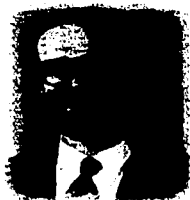
MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Historia



1976

Después de la primera devaluación del peso en 22 años, Elektra cambio su estrategia, expandiéndose mediante la apertura de tiendas mas pequeñas y cambiando su política de ventas a solo de contado.



1981

Ricardo B. Salinas comenzó a trabajar para Elektra.



1987

Se retira Hugo Salinas Price, dejando a Elektra con 59 tiendas y con mas de 2,000 empleados. Ricardo B. Salinas fue nombrado Presidente de Elektra.

Continúa en la siguiente página

6



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Historia



1989

Pedro Padilla Longoria comenzó a trabajar en Elektra como Director Jurídico, poco después como Director de Administración y Finanzas, posteriormente se desempeñó como Director General de Operaciones pero mas tarde fue presidente del Grupo Elektra.

Actualmente funge en la Vicepresidencia de Grupo Salinas.



1991

Elektra inició un nuevo programa de ventas a crédito en abonos.



BOLSA MEXICANA DE VALORES

Elektra: 1993

- Realizo su primera oferta publica en la Bolsa Mexicana de Valores.
- Comienza a realizar servicios de transferencia de dinero con Western Union.

Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Historia

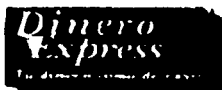
1993

1994

Elektra: Lista sus acciones en forma de Global Depository Shares (GDS) en la Bolsa de Nueva York (NYSE).

Elektra: 1995

- Adquiere Hecali, una cadena de tiendas de ropa.
- Termina el año con 458 tiendas Elektra en 191 ciudades en México y 63 tiendas Hecali en 49 ciudades en 25 estados.
- Se construye el Centro de Distribución



Elektra: 1996

- Emite un bono de cinco años en los mercados internacionales por US\$100 millones.
- Introduce Dinero Express, el servicio de transferencias propio estandarizado solamente para México.
- Termina el año con 521 tiendas.

Continúa en la siguiente página

8



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Historia



(Mi manera de ahorrar y ganar)



Los fotos sin tanto rollo.

Elektra: 1997

- Completo en julio su primera burzatilización de cuentas por cobrar por 625 millones de pesos y en Diciembre completa su segunda oferta por 241 millones de pesos
- Introduce tres nuevos productos importantes:
 - 1) Milenia, el programa de garantías extendidas.
 - 2) FotoFácil, el servicio de revelado de fotografía y ventas de productos fotográficos, y
 - 3) Guardadito, el servicio de cuentas de ahorro.
- Inicia operaciones en América Latina terminando el año con 44 tiendas Elektra en Guatemala, El Salvador, Honduras y la República Dominicana.
- Se crea la Universidad de Elektra.
- Termina el año con 680 tiendas.

Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Historia



Elektra: 1998

- Bursatiliza en abril 793.3 millones de pesos en cuentas por cobrar en un programa revolvente a cuatro años, el cual fue el primero de su tipo en México. En diciembre, burzatiliza una oferta de 200 millones de pesos en un programa revolvente de dos años.
- Termina el año con 581 tiendas Elektra en México, 155 tiendas Hecali en México y 83 tiendas fuera de México, incluyendo la nueva operación en Perú.

1998

- Elektra y UNEFON firman alianza estratégica para la venta de servicios de telefonía inalámbrica.
- Termina el año con 819 tiendas.



Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.



SALINAS & ROCHA



Elektra: 1999

- Adquiere su competidor más importante en México. Salinas y Rocha.
- Selecciona SAP R/3 como su nueva infraestructura tecnológica.
- Transforma las tiendas Hecali al formato The One.
- Termina el año con 946 tiendas.

THE ONE.COM.MX



Elektra
CONSUMO

SARE
SERVICIOS



**CONSORCIO
HOGAR**
SOLUCIONES

CONSORCIO QUADRUM

**Dinero
Express**
SOLUCIONES FINANCIERAS

Elektra: 2000

- Su cadena subsidiaria de tiendas de moda, THE ONE, lanzó su sitio de ventas por Internet. www.theone.com.mx
- Lanza su tienda virtual www.elektra.com.mx
- Entra al negocio de crédito hipotecario de interés social con recursos de FOVI en alianza con Banca Quadrum, Consorcio Hogar y Grupo SARE.

Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Historia



- Javier Sarro asume la Dirección General del Grupo Elektra.
- Biper amplia sus servicios y cambia de nombre a Movil@acces.



- Elektra cumple 50 AÑOS de Operación.
- Termina el año con 950 tiendas.


la curacao



2001

- Adquiere 65 tiendas de La Curacao México, un fuerte competidor local situado el sureste mexicano.
- Realiza la octava bursatilización de cuentas por cobrar por \$550 millones.
- Emite un crédito sindicado de 5 años por US \$130 millones.
- Se integra Telecosmo

Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Logotipo de Elektra

El logotipo de Elektra tiene un significado muy fuerte para la empresa, en donde el color **ROJO** nos describe la fuerza, la pasión, el poder, y la tenacidad y el color **AMARILLO**, la inteligencia, la lógica y la certeza.

El **REHILETE** como siempre en movimiento, significa el cambio y en la constante evolución en la que esta el grupo.

Los **PICOS** del rehilete representan y son símbolo de los 12 valores de nuestra gran empresa.

Elektra 

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Sol Elektra

La escultura monumental Sol de Elektra, obra del artista Sebastián, ha tomado como punto de partida el logotipo del Grupo Elektra un sol en movimiento que ha asimilado el rayo simbólico original de la empresa en un dinamismo de rayos solares.

Concedida en el código geométrico característico de su autor, Sol Elektra esta compuesta por un grupo de módulos los que describen semicircunferencias a partir de un centro y evolucionan en ciclos como aspas, aludiendo a la interacción entre los recursos naturales y tecnológicos de la empresa Elektra, como imagen de su operatividad.

Sol Elektra es una obra que forma un paisaje urbano en donde se alzan y se convierten en puntos de referencia primordiales para la comunidad.

SOL ELEKTRA



Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Misión

Nuestra misión es mantener la capacidad de ofrecer a nuestros clientes productos básicos a un precio justo, y ganamos su lealtad a través del servicio. Esto lo logramos mediante la apertura de tiendas en nuevos vecindarios, incrementando el número de cuentas y aumentando nuestra participación de mercado.

Nuestro compromiso con nuestros empleados es proveerlos de oportunidades para su desarrollo y crecimiento, remunerándolos mejor que el mercado en base a resultados, e incrementando su patrimonio y bienestar a largo plazo, creando en ellos un recurso valioso.

Para nuestros accionistas la misión de Elektra es la de crear plusvalía y valor agregado, manteniendo un 20% de rendimiento sobre el capital al manejar un negocio sano y conservador que prospere en el futuro.

Nuestro compromiso con nuestros socios comerciales es el de proveerlos de una plataforma para su desarrollo sostenido, mediante nuestro crecimiento en ventas y rentabilidad.

Nuestra responsabilidad con la sociedad y las comunidades en las que operamos, es la de contribuir a su progreso y expectativas para el futuro, y prestar nuestro apoyo para eventos deportivos, culturales y de entretenimiento, que lleven felicidad a sus vidas.

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Propósito

- **Proporcionar progreso con bienes a la gran mayoría de la población a través de nuestra cadena de tiendas.**
- **Incrementar la plusvalía para nuestros accionistas.**
- **Crear oportunidades de crecimiento y desarrollo a largo plazo para nuestros empleados.**
- **Fomentar un crecimiento sostenido a largo plazo de nuestros socios comerciales.**
- **Contribuir al bienestar de nuestra sociedad.**

Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Valores

- **Respeto** a las personas y al entorno.
- **Compromiso** personal para lograr el máximo esfuerzo.
- **Calidad** en los productos y servicios que ofrecemos
- **Satisfacción del Cliente.**
- **Honestidad y Lealtad** que aseguren la integridad de la empresa.
- Capacidad para tomar **decisiones responsables** y **flexibilidad** para aceptar el cambio.
- **Comunicación** abierta para trabajar en equipo.
- **Educación** como principal vehículo para lograr el crecimiento la superación y desarrollo.
- **Tenacidad y perseverancia** en nuestras actitudes.
- **Iniciativa y Creatividad** en el desempeño de nuestro trabajo.
- **Reconocimiento** público y remuneración económica ante el buen desempeño.
- **Innovación** constante, iniciativa y creatividad para lograr productividad.



Nuestros Valores

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Principales Funcionarios

El Director y los Vicepresidentes del Grupo Elektra son:

Javier Sarro
Director General

Arturo Ramos
Vicepresidente Ejecutivo de Operaciones

Alvaro Rodríguez
Vicepresidente Ejecutivo de Administración y Finanzas

Gonzalo García de Luca
Vicepresidencia de Servicios Financieros

José Antonio Téllez
Vicepresidente de Sistemas

Mario González
Vicepresidencia de Mercadotecnia



De izquierda a derecha:

- José Antonio Téllez
- Arturo Ramos
- Gonzalo García de Luca
- Manuel González
- Javier Sarro
- Alvaro Rodríguez
- Mario González

Continúa en la siguiente página



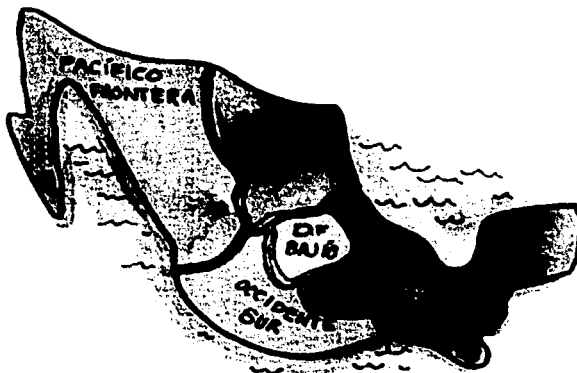
MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Coordinación y operación de las tiendas

A fin de lograr un mayor acercamiento con los clientes y conocer mejores las características de cada mercado, así como coordinar mejor los procedimientos administrativos y operativos, se han dividido en 6 zonas la operación dentro de la República Mexicana

Zonas

- Noreste-Frontera
- Pacífico-Frontera
 - DF/ Bajío
 - DF/ Centro
- Occidente-Sur
 - Sureste



Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

La forma de Organización por Zonas

El objetivo de esta regionalización es que en cada zona se operen en forma multicanal, es decir que se podrá manejar desde cada zona toda la mercancía y la administración de los diferentes canales de venta: Elektra, The One, Salinas y Rocha y Bodegas de Remate, lo que nos permitirá una respuesta mas eficiente y rápida para atender de inmediato los requerimientos de la propia operación.

Como se constituye cada División

División	Núm. de Regiones	Elektra	Salinas y Rocha	Bodega de Remates	The One	Totales
Metro Sur Centro	13	110	11	12	22	155
Noreste Frontera	11	86	19	6	22	133
Pacífico Frontera	13	81	21	7	29	138
Sureste	12	75	16	6	42	139
Norte Bajo	13	108	13	26	15	162
Occidente Sur	12	95	11	11	23	140

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Distribución y Logística

Grupo Elektra cuenta actualmente con 10 centros de distribución en 6 países de Latinoamérica. Esta gran infraestructura se encuentran enlazada en tiempo real con todas nuestras sucursales y con todos los proveedores y transportistas. Esto hace posible detectar a tiempo la cantidad mínima de productos en tiendas y organizar su reabastecimiento en forma rápida y efectiva, evitando así costos innecesarios de transportación y faltantes de inventarios en las sucursales.

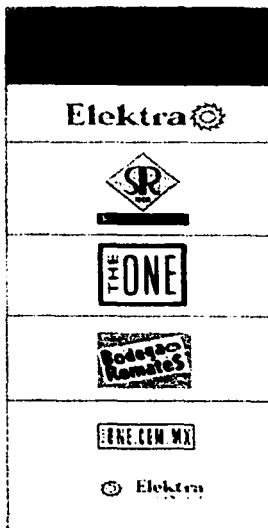


Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Tiendas de Marca

Los diferentes formatos de tiendas de Grupo Elektra están especialmente diseñados para atender un segmento específico de nuestro mercado objetivo. De igual manera, se ha dividido México y los demás países en que se opera en territorios delimitados. De esta manera se puede ofrecer en cada formato y en cada región exactamente los productos y servicios que los clientes demandan y a continuación se resumen cada uno de estos formatos.



Continúa en la siguiente página

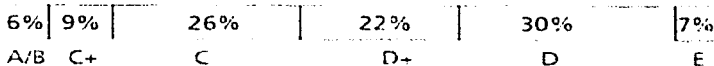


MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Mercado del Grupo Elektra

MERCADO DE GRUPO ELEKTRA

87% DE LA POBLACIÓN



NIVELES SOCIOECONÓMICOS

Niveles Socioeconómicos

A/B

- Ingresos mensuales por hogar mayor a US \$7,000
- Cuentan con chequera y con mas de dos tarjetas de Crédito
- Casa o departamento con mas de 3 recamaras
- 2 o mas autos de lujo, 2 líneas telefónicas.

C+

- Ingresos por hogar mensuales entre US\$ 3,000 y US\$ 7,000
- Cuentan con 1 o 2 tarjetas de crédito
- Casas o departamentos con 2 o 3 recamaras
- 1 o 2 autos, 2 líneas telefónicas, 2 televisores

C

- Ingresos mensuales por hogar entre US\$ 1,000 y 3,000
- Algunos poseen tarjetas de crédito
- Casas o departamentos con 2 recamaras
- No tienen automóvil, línea telefónica

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Niveles Socioeconómicos

D+

- Ingresos mensuales por hogar entre US\$ 600 y US\$ 1,000
- No cuentan con tarjetas de crédito
- Casas o departamento con dos o una recámara
- No tienen automóvil, 1 línea telefónica

D

- Ingresos mensuales por hogar entre US\$ 200 y US\$ 600
- No cuentan con tarjetas de crédito
- Casas o departamento con una recámara
- No tienen automóvil, no tienen línea de telefónica

E

- Ingresos mensuales por hogar menor a US\$ 600
- Pequeñas casas un tercio de ellas no tienen baño, la mayoría no cuentan con drenaje
- No tienen línea de telefónica, cuentan con un televisor

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

**Tiendas Marca
Elektra**

Elektra 

Tiendas Marca Elektra

Son tiendas comprometidas en vender electrodomésticos, línea blanca y enseres menores a los mejores precios del mercado. Tiene más de 650 tiendas distribuidas en toda la República Mexicana, Guatemala, El Salvador, Honduras, República Dominicana y Perú.

Actualmente existen dos tipos de tiendas Elektra:

- **Elektra Tradicional:** Con 232 sucursales, es el formato con el que inicio Grupo Elektra, cuenta con una área de ventas de alrededor de 500m² ofreciendo todas las líneas de productos y todos los servicios que se han desarrollado.
- **Mega Elektra:** Con 363 sucursales, cuya superficie de ventas es de aproximadamente 1000m² permitiendo tener un área mayor de exhibición para muebles (cuyos márgenes son mayores).

En un futuro cercano se transformaran la gran mayoría de las tiendas tradicionales al formato Mega.

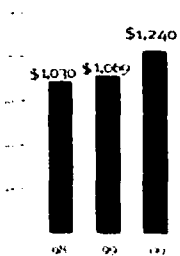
Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

**Tiendas de
Marca Elektra**

**Ventas en
Tiendas Elektra**

en millones de \$



NIVELES SOCIOECONÓMICOS

A/B=6%

C+=9%

C=26%

D+=22%

D=30%

E=7%



Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Tiendas de Marca Salinas y Rocha



Este formato es el eslabón necesario para atender a un segmento de la población con mayores ingresos en comparación a los atendidos por las tiendas Elektra.

Estas tiendas tienen una participación importante de muebles dentro del espacio de ventas, aunque también venden artículos de línea blanca, electrónica y enseres menores. La localización de las sucursales y el reconocimiento de su marca, han hecho de este formato uno de los más exitosos dentro del Grupo.

Son tiendas con gran tradición e historia. Con más de 85 tiendas distribuidas en la República Mexicana.



A/B=6%
C+= 9%

C=26%

D+=22%

D=30%

E= 7%

NIVELES SOCIOECONÓMICOS

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Tiendas de Marca Salinas y Rocha



Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Tiendas Marca Bodega de Remates

Es un formato que no recibe publicidad, Bodegas de Remate es una pieza clave en el desarrollo y crecimiento de nuestro negocio. Este formato fue pensado en un principio para la venta de todos los productos recuperados de ventas a crédito incumplidas por los clientes, los productos en exhibición de las tiendas Elektra y algunas líneas descontinuadas de nuestros proveedores. Actualmente son aproximadamente 60 tiendas en toda la Republica Mexicana



NIVELES SOCIOECONÓMICOS

A/B=6%

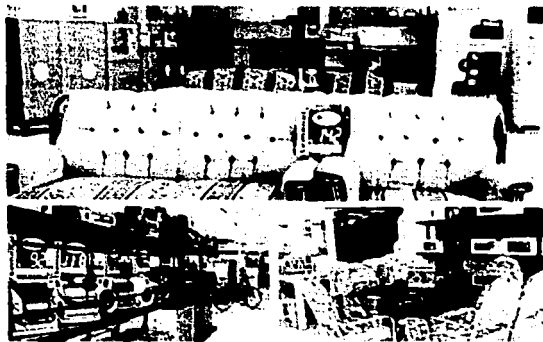
C+=9%

C=26%

D+=22%

D=10%

E=7%



Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Tiendas Marca The One



The One, busca posicionarse como la cadena de tiendas de ropa casual para la clase media mas importante de México. Los productos que se ofrecen son elaborados bajo las mas estrictas normas de calidad y con mejores materiales. Esta combinación da a nuestros clientes prendas de moda con diseños jóvenes y con la opción de pagarlas a crédito.



A/B=6%

C+= 9%

C=26%.

D+=22%.

D=30%

E= 7%

NIVELES SOCIOECONÓMICOS

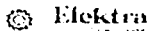


Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

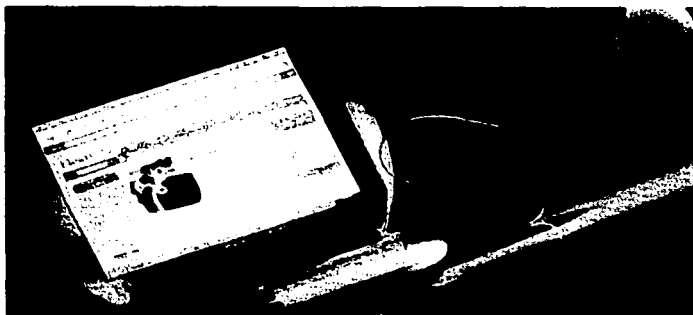
Marca
Elektra.com.mx
y
The One.com.mx



Grupo Elektra introdujo en el año 2000 sus canales de ventas virtuales, que cuentan con características únicas en su ramo, los mas altos niveles de seguridad en sus transacciones, navegación rápida, además del respaldo de una empresa establecida y reconocida como Grupo Elektra.

Elektra.com.mx: Todos los productos ofrecidos en las tiendas Elektra, además de líneas adicionales y productos especializados están disponibles es esta tienda virtual.

Theone.com.mx: Además de ofrecer visitas tridimensionales de todos sus productos, la tienda virtual de The One cuenta con secciones dedicadas a sus principales clientes, los jóvenes mexicanos.



Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Marca
Elektra.com.mx
y
The One.com.mx

NIVELES SOCIOECONÓMICOS


A/B=6%

C+= 9%

C=26%

D+=22%

D=30%

E= 7%

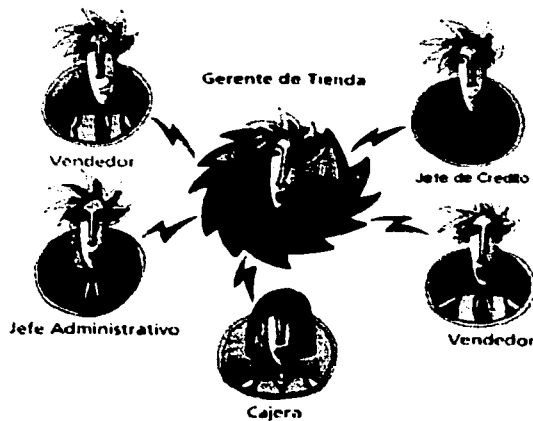
Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

¿Quiénes conforman las tiendas del Grupo Elektra?

- **Gerente Regional:** Es el líder y facilitador del cambio, su responsabilidad está en fomentar y administrar el desarrollo de la región.
- **Gerente de Tienda:** Es quien mejor domina el concepto de nuestro negocio y de los sistemas operativos.
- **Jefe Crédito:** Tiene dominio del negocio y de la operación de los sistemas, así como es responsable de la custodia de los expedientes de crédito.
- **Jefe de Administrativo:** Es el responsable de las ventas, como la supervisión, del control de las operadoras y vendedores.
- **Vendedor (Asesores):** Es quien mantiene una relación constante con nuestros clientes, es la voz e imagen de la empresa.
- **Operadores:** constarán con la responsabilidad de responder a la confianza, llevando el control de los ingresos y egresos de dinero.

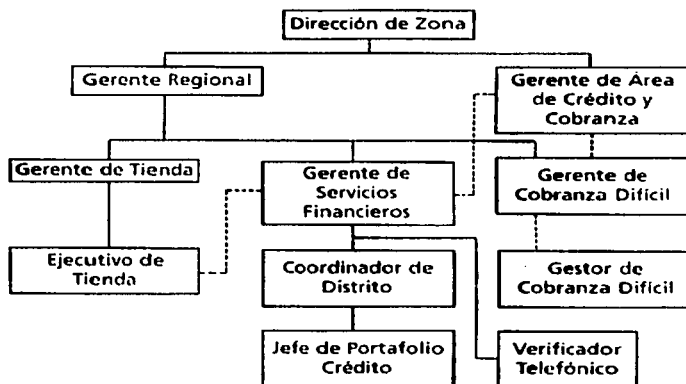


Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Nueva Estructura en un Futuro de las Tiendas Grupo Elektra

Elektra como siempre en constante cambio e imagen ha propuesto una nueva estrategia organizacional al grupo que consta de:



Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

¿Quiénes conformarán las tiendas del Grupo Elektra?

Director: Es quien mejor maneja el liderazgo e impulsa la comunicación abierta con todo su equipo.

Gerente Regional: Es el líder y facilitador del cambio, su responsabilidad está en fomentar y administrar el desarrollo de la región.

Gerente Servicios Financieros: Tiene amplio dominio sobre el negocio y la operación de los sistemas (Dinero Express, Western Union y Guardadito)

Coordinador de Jefe de Portafolios: Orienta la implementación del cambio en el seguimiento correcto de la nueva estructura de crédito, además asegura el cumplimiento de las metas de colocación y recuperación de cartera coordinando a los jefes de Portafolio.

Jefe de Portafolios: Tiene dominio del negocio y de la operación de los sistemas. Investiga y tiene la decisión para autorizar los créditos, mantiene y cuida la calidad de la cartera mediante una adecuada estrategia de cobro.

Verificador Telefónico: Cuenta con la capacidad y el talento para mantener una relación con los clientes. Disminuye el riesgo en la autorización de crédito mediante la efectiva validación de los datos proporcionados por el solicitante y recabados en la investigación.

Gerente de Cobranza Difícil. Optimiza la recuperación de la cartera con atraso, investiga y define el comportamiento de clientes de alto riesgo.

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

¿Quiénes conformarán las tiendas del Grupo Elektra?

Gestor de Cobranza Difícil: Cuenta con gran capacidad para garantizar la recuperación de la cartera, con atraso, evitando que las cuentas pasen a legal.

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Cuadro comparativo de la estructura actual en tienda con la nueva estructura en proyecto

Con la nueva estructura organizacional del grupo Elektra surgieron cambios o modificaciones en funciones por lo que se muestra el siguiente cuadro comparativo para detectar dichos cambios.

Estructura Actual	Nueva Estructura
Gerente Regional	Gerente Regional
Gerente de Tienda	Gerente de Tienda
Jefe de Crédito	Jefe de Crédito
Jefe Administrativo	Desaparece el puesto y las funciones las toma el Jefe de Crédito
Vendedores	Cambian de nombre a Asesores Sr. Asesor Jr.
Operadores (cajeros)	Operadores (cajeros)

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Servicios



A través de una alianza con Serfin, hemos creado un innovador sistema de ahorro conjuntamente con Banca Serfin, que responde al deseo generalizado de la familias mexicanas por ahorrar dinero para el futuro. Motivamos y recompensamos a nuestros clientes con rifas mensuales de dinero y el no cobro de cuotas ni comisiones.



Elektra comenzó a ofrecer garantías extendidas a finales de 1997 y ha tenido un éxito sin precedentes. Ofrecemos garantías a dos, tres y hasta cinco años para 14 grupos diferentes de artículos eléctricos y de línea blanca. Creemos que Milenia estimula la compra de productos Elektra.



Nuestros kioscos populares de FotoFácil ofrecen revelado e impresión de fotografías, cámaras, rollos fotográficos, pilas, álbumes y aparatos portátiles electrónicos. Los kioscos requieren de un área de ventas pequeña, la cual responde a la gran demanda de nuestros clientes.

Continúa en la siguiente página

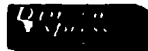


MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Servicios



Dinero en Minutos, nuestro servicio internacional de transferencias de dinero en asociación con Western Union, fue creado para apalancar nuestra red de tiendas. Western Union cuenta con 27,000 sucursales en los Estados Unidos desde las cuales cualquiera de los 22 millones de mexicanos que viven ahí pueden enviar dinero a sus familias en México para ser cobrado en cualquier tienda Grupo Elektra.



En febrero de 1996 lanzamos un segundo servicio de transferencia de dinero y en el proceso, creamos un mercado totalmente nuevo. Dinero Express fue creado para transferencias de dinero en la República Mexicana y Elektra es propietaria de este servicio. Desde su implementación en 1996, Dinero Express ha superado nuestras proyecciones más optimistas y ha proveído 4.3 millones de transferencias de dinero seguras en México a la fecha. Al igual que con Dinero en Minutos, la publicidad por TV ha sido un factor determinante en el éxito del servicio, el cual ha incrementado el tráfico en las tiendas.



Durante 48 años, el programa de crédito de Elektra ha probado ser un método eficiente, efectivo y extremadamente seguro para el manejo del crédito. Nuestro riesgo crediticio es mucho menor que el de cualquier otra empresa mexicana que otorgue crédito al consumo. Al confiar en nuestros clientes otorgándoles créditos, ellos regresan una y otra vez, convirtiendo a Elektra en su mejor opción. A través de nuestro programa de crédito, hemos aumentado el poder adquisitivo de nuestros clientes. Ninguno de nuestros competidores ha invertido en tecnología, entrenamiento de nuestros empleados y la infraestructura que permite a Elektra administrar con éxito su portafolio de crédito, desde la evaluación de nuestros clientes hasta la verificación de la cobranza y su seguimiento.

Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Servicios



Gracias a su presencia a escala nacional y la localización estratégica de sus sucursales, los "Promokioscos" ubicados en las tiendas Elektra cuentan con los elementos, sistemas y personal para fungir como centro para la gran variedad de promociones que diversas empresas realizan a lo largo del año, garantizando una gran penetración de sus campañas de canje y optimizando los costos de operación.



La telefonía celular ha revolucionado los medios de comunicación en México y el mundo. Unefon es un operador de telefonía móvil enfocado en el mercado masivo, caracterizado por contar con las tarifas de servicio mas bajas del mercado y con la capacidad para desarrollar diversos proyectos de telecomunicaciones.



En el 2001, el nombre de Biper, cambia por el de Movil@ccess, primera empresa en México que ofrece el servicio de e-mail móvil. Movil@ccess, es una herramienta de trabajo que incrementa la productividad a través de un servicio de innovación interactiva, inalámbrico y multifuncional, que permite estar en contacto en tiempo real con el mundo personal y de negocios.

Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Servicios y Estructura dentro de la Torres Esmeralda

Como toda empresa líder, Grupo Salinas se preocupa por su gente por lo que dentro de ella brinda un valor agregado en servicios como

La UNE

Bajo este contexto de crecimiento y de necesitar cada día con un mayor número de personas mejor capacitadas se funda la Universidad Corporativa que realmente ha enriquecido en cuatro años a nuestro Capital Humano a través de la enseñanza, liderado por Héctor Carrillo Director de la UNE (Universidad de Elektra).

Nota: En la UNE se ha brindado capacitación a más de 48,000 empleados.

Su ubicación esta en Av. FF. CC. De Río Frío # 419 Col. Frac Industrial del Moral C.P. 08500 México DF.



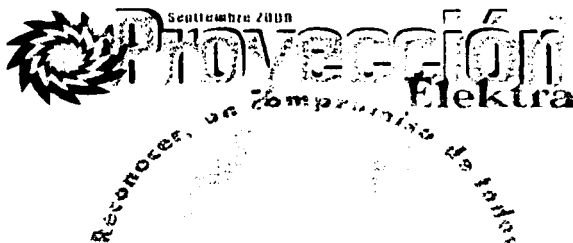
Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Revista Proyección

La revista Proyección es un canal y órgano de comunicación interna de Grupo Elektra en donde su función es la de llevar la información oportuna de todos los acontecimientos del Grupo Elektra a sus empleados



Continúa en la siguiente página

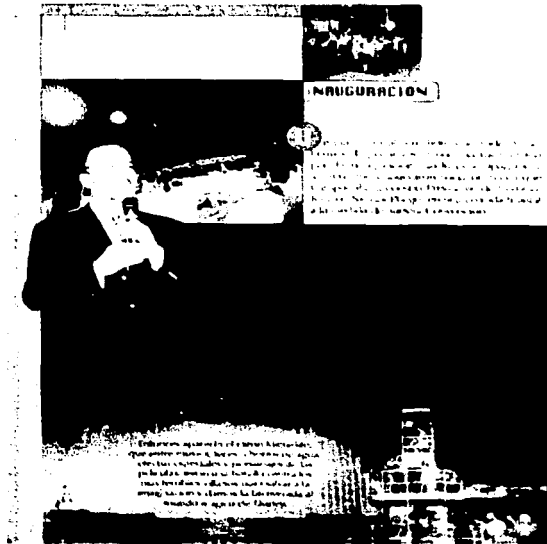


MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Convención Anual

La gente con entera dedicación a ejercer todas sus cualidades y a adaptarse al cambio es merecedora del evento anual que el Grupo Elektra ofrece que es la Convención Anual.

Este evento trascendente reúne a mucha gente para compartir sus experiencias laborales, además para convivir en talleres de trabajo, eventos y estancias en ciudad como lo fue la convención pasada en Orlando.



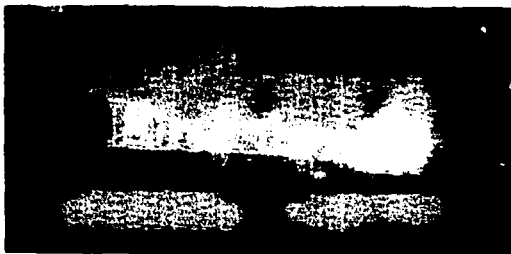
Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

**Fiesta de Fin
de Año**

Cada año El Grupo Elektra ofrece una fiesta de cierre de año a todo el corporativo para disfrutar de una convivencia y festejar los logros obtenidos durante el año.

Fiesta de fin de
año 2000

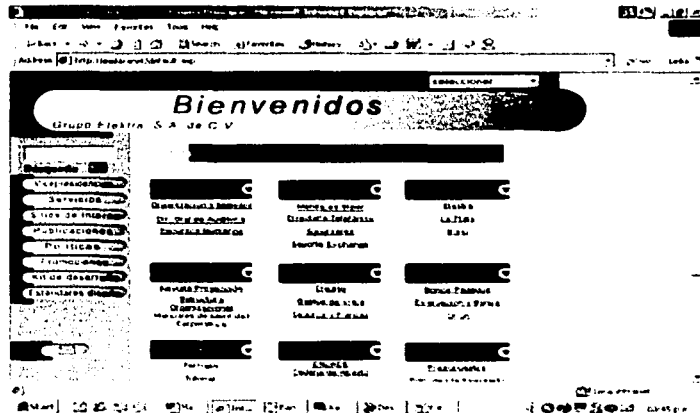


Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

http://elektranet Elektranet es un espacio interno que esta en Internet para el área corporativa en donde ofrece servicios como envío de mensajes Biper, políticas actuales del Grupo, sitios de interés, pagina de Vicepresidencia, publicaciones etc.



Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Servicio de Comedor

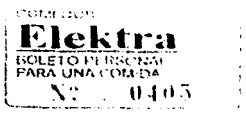
El corporativo cuenta con un comedor que subsidia la empresa, por lo que esto es una ventaja económica para los empleados, el horario que se maneja es de 13 a 16 horas.

El usuario solamente tiene que pasar por una lectora su Gafete o en su defecto entregar un boleto del comedor que este podrá ser adquirido por la módica cantidad de \$11.00 en tesorería ubicado en la planta baja torre 2.



MENÚ SEMANAL DEL 27 AL 31 DE AGOSTO

DIAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
CINCOVA	ELOTE 200 gr. AL. 100 gr. S.	ESPAGNAS 100 gr. AL. 100 gr. S.	CMA VOTE 100 gr. AL. 100 gr. S.	BOVICOLI 100 gr. AL. 100 gr. S.	VENTURAS SUJAS 100 gr. AL. 100 gr. S.
SOPA	SOPA DE ZARZAMORA 200 gr. AL. 100 gr. S.	SOPA ALBANA 100 gr. AL. 100 gr. S.	SOPA DE PASTA 100 gr. AL. 100 gr. S.	SOPA DE VEJIGUAS 100 gr. AL. 100 gr. S.	SOPA DE ESTRELLAS 100 gr. AL. 100 gr. S.
SOPA SECA	ARROZ BLANCO 200 gr. AL. 100 gr. S.	ESPAGNETOS 100 gr. AL. 100 gr. S.	ARROZ BLANCO 200 gr. AL. 100 gr. S.	PAPAS CON ARROZ 100 gr. AL. 100 gr. S.	ARROZ NEGRO 100 gr. AL. 100 gr. S.
ENTRADO 1	POLLO ENCUCAMBERADO 100 gr. AL. 100 gr. S.	CALABAZA MELIHA 100 gr. AL. 100 gr. S.	PECUJINA EMPANADA 100 gr. AL. 100 gr. S.	COSTILLO DE DEB AL EMPERLE 100 gr. AL. 100 gr. S.	EMPANADAS DE POLLO 100 gr. AL. 100 gr. S.
QUESADO 1	STURULLI DE JAMBON 100 gr. AL. 100 gr. S.	PALMOLAS DE PEB 100 gr. AL. 100 gr. S.	PLANTAS DE PEB 100 gr. AL. 100 gr. S.	POLLO EMPERLE 100 gr. AL. 100 gr. S.	TORTITAS DE PAPA CON QUESO 100 gr. AL. 100 gr. S.
OPCION 1	CARNE ASADA 100 gr. AL. 100 gr. S.	CARNE ASADA 100 gr. AL. 100 gr. S.	CARNE ASADA 100 gr. AL. 100 gr. S.	CARNE ASADA 100 gr. AL. 100 gr. S.	CARNE ASADA 100 gr. AL. 100 gr. S.
OPCION 2	PECUJINA ASADA 100 gr. AL. 100 gr. S.	PECUJINA ASADA 100 gr. AL. 100 gr. S.	PECUJINA ASADA 100 gr. AL. 100 gr. S.	PECUJINA ASADA 100 gr. AL. 100 gr. S.	PECUJINA ASADA 100 gr. AL. 100 gr. S.
OPCION 3	QUESO A LA PLANCHA 100 gr. AL. 100 gr. S.	QUESO A LA PLANCHA 100 gr. AL. 100 gr. S.	QUESO A LA PLANCHA 100 gr. AL. 100 gr. S.	QUESO A LA PLANCHA 100 gr. AL. 100 gr. S.	QUESO A LA PLANCHA 100 gr. AL. 100 gr. S.
POSTRE	DE LATINA 100 gr. AL. 100 gr. S.	CHURRAS FAMBANDOS 100 gr. AL. 100 gr. S.	FLAN CON MARMAR 100 gr. AL. 100 gr. S.	ARROZ CON LECHE 100 gr. AL. 100 gr. S.	DELICIAS SUJITAS 100 gr. AL. 100 gr. S.
POSTRE	MELANONITA 100 gr. AL. 100 gr. S.	MELANONITA 100 gr. AL. 100 gr. S.	MELANONITA 100 gr. AL. 100 gr. S.	PLATANOS FRITOS 100 gr. AL. 100 gr. S.	MAJON 100 gr. AL. 100 gr. S.
POSTRE	PASTEL DE CHOCOLATE 100 gr. AL. 100 gr. S.	CARNE DE NEGRO 100 gr. AL. 100 gr. S.	CARNE DE NEGRO 100 gr. AL. 100 gr. S.	TARTALITAS SUJITAS 100 gr. AL. 100 gr. S.	FRUTAS SUJITAS 100 gr. AL. 100 gr. S.



Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

**Gafete de
Empleado**

Este te será entregado en el área de Reclutamiento una vez que fuiste contratado y siempre deberás portarlo ya que servirá para identificarte con el personal de seguridad para poder ingresar a las torres, además de tener acceso a las puertas de cada piso así como para el comedor.


Enrique

Meza Juarez



No. de Empleado

532684

Elektra 

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Conmutador Esta es una área encargada de recibir llamadas internas del corporativo para comunicarlos a alguna área en particular o llamadas externas de clientes queriendo contactar de igual manera a una área o persona. Su horario de operación es de 7:00 am. a 11:00 pm. de Lunes a Domingo.

Horario de Trabajo El horario de trabajo será de seis horas, seis días a la semana con un día de descanso. Tu supervisor te asignará tu horario de acuerdo a la operación.

Estacionamiento Se cuenta actualmente con un amplio estacionamiento, el cual podrás ocupar a partir del nivel E4 hasta el E8, se sancionara el hecho de ocupar dos cajones o estacionarse en lugares reservados.

Cajero automático Contamos con un cajero automático de Bitel en la planta baja de la Torre, una sucursal Bancomer con cajero en la planta baja de la Torre 2.

Venta a empleados Tienes derecho a adquirir productos de todas las tiendas del grupo, los cuales serán descontados de tu nomina, dependiendo de tu antigüedad, gozaras de un descuento especial.

Caja de Ahorro Podrás ahorrar durante todo el año, y al final de este, obtendrás tu dinero mas los respectivos intereses generados además de contar con prestamos durante todo el año.

Servicio Medico La empresa ofrece servicio medico por la Doctora Martha Valencia Tapia en un horario de 9 a 19 hrs. Ubicado su consultorio en la E-1 (estacionamiento 1).

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Honestel



Para consolidar la personalidad ética y moral que nos distingue se cuenta con Honestel, que es una línea de comunicación directa para denunciar todo tipo de:

- Disposición de lo ajeno
- Abuso de autoridad
- Falta de respeto
- Sugerencias

En general conductas que afecten la integridad así como el patrimonio de la empresa y de quienes en ella trabajamos.

Propósito de Honestel

Cada denuncia que se recibe en Honestel genera una investigación seria con el personal involucrado y se le da el adecuado seguimiento hasta lograr su solución.

Programa de Protección a quien Rompe el Silencio

Como se describe en las Políticas Generales, toda denuncia genera una investigación amplia y seria de los involucrados en una denuncia, tanto del denunciado como del denunciante. Este último cuenta con un programa de Protección para evitar acciones que dañen su integridad.

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

**Números
Telefónicos**

México DF: 544-78824

Interior de la Republica: 01800-284-3633

Salvador: 2779209

Republica Dominicana: 012002272

Perú: 5170212

Honduras: 5515720

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL GRUPO ELEKTRA Cont.

Políticas mas importantes

Dentro de cada área y empresa existen normas de comportamiento, además de políticas. A continuación se muestran las direcciones dentro de Elektranet para que consultes con mas detalle.

Uso racional del Teléfono

[Http://150.200.243.179/oym/finanzas/admon/telefonica/uso_telefono.asp](http://150.200.243.179/oym/finanzas/admon/telefonica/uso_telefono.asp)

Carta de autorizaciones

<http://150.200.243.179/oym/oym/tesoreriaycontraloria/carta.htm>

Seguro de vida

[Http://150.200.243.179/oym/oym/rechumanos/servpersonal/segvida.asp](http://150.200.243.179/oym/oym/rechumanos/servpersonal/segvida.asp)

Pago de nomina por tarjeta de debito

<http://150.200.243.179/oym/oym/rechumanos/rellaborales/nomtar.asp>

Uso de Exchange

<http://150.200.243.179/oym/oym/tesoreriaycontraloria/z/manual.asp>

Continúa en la siguiente página

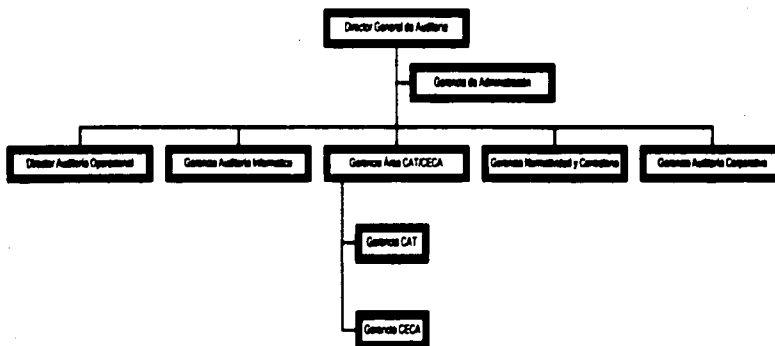


DGA

DIRECCIÓN GENERAL DE AUDITORIA



Organigrama Dirección General de Auditoría



Misión

Mantener el apoyo a las Unidades de Negocio y a nuestros Clientes.

- **Salvaguardando** el patrimonio de los accionistas.
- **Promoviendo** nuestros valores de Lealtad, Honestidad, Ética y Respeto para garantizar la integridad del Grupo.
- **Garantizando** una operación eficiente, que cuente con Control, Oportunidad y Veracidad.
- **Recomendando** e implementando mejoras continuas a los procesos de las Unidades de Negocio.

Continúa en la siguiente página



DIRECCIÓN GENERAL DE AUDITORIA Cont.

Visión

Posicionarnos ante las Unidades de Negocio como Asesores.

Entendiendo y satisfaciendo sus necesidades.

Coadyuvando al logro de sus metas.

Hacer de la función de Auditoría una práctica:

- Vanguardista
- Innovadora
- Creativa
- Dinámica

Con base en los Estatutos de:

- Autonomía
- Independencia
- Ética
- Objetividad
- Justicia

Continúa en la siguiente página



DIRECCIÓN GENERAL DE AUDITORIA Cont.

Estrategia

Capital Humano:

Formación de Personal altamente capacitado, orientado hacia:

Visión de Negocios
Actitud de Servicio
Calidad en el trabajo
Valores y Ética
Liderazgo y Comunicación
Trabajo en Equipo
Capacidad de Negociación

Motivación y Reconocimiento

Diseño de Planes de Carrera
Remuneración

Tecnología:

Uso de Tecnología de punta para :

Monitorear las operaciones más relevantes del Grupo para identificar riesgos potenciales.

Uso de videocámaras como herramienta de prueba y evidencia

SIA (Sistema Integral de Auditoria).

Sistema de Auditoria por Alarmas.

Sistema Lotus Notes para la Administración y Control de las Auditorias.

Uso de Lap Top para facilitar y automatizar el trabajo.

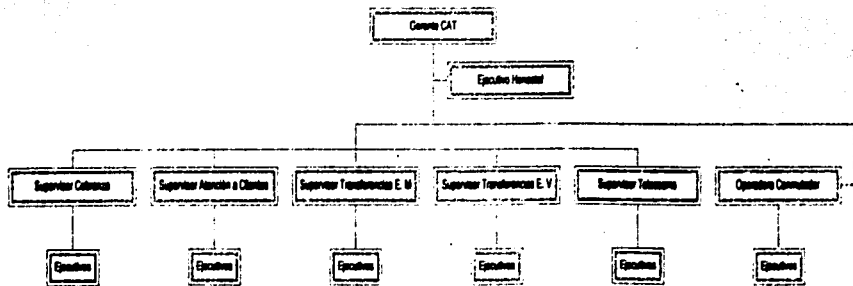
Informes gráficos estadísticos en red (Power Play).

Continúa en la siguiente página



CAT CENTRO DE ATENCIÓN TELEFONICA

Organigrama Centro de Atención Telefónica



MANUAL DE INDUCCIÓN AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

Cont.

Historia

En 1996 inicia dentro del Centro de Integración Telefónica (CIT) el área de Atención a Clientes formado por 10 ejecutivos. En un principio el departamento solamente laboraba de Lunes a Viernes, debido a la demanda de llamadas se extendió el horario a fines de semana los 365 días del año.

Para 1997 Daniel Lázaro Haller, Director de Auditoría, toma el departamento de Atención a Clientes comenzando a darle más impulso y más actividades a desempeñar a través de una Gerencia iniciando con la integración del área de atención a Quejas PROFECO las cuales contestaban ejecutivos asignados para dar propuestas de solución a las situaciones que reportaban los clientes ante PROFECO

En 1998 una nueva Gerencia toma el departamento y cambia su nombre al de Centro de Atención Telefónica, CAT, reestructurando la estrategia de operación creando el área de Control de Calidad, GAEC, E-Commerce y Sistemas de Información estas áreas en conjunto darán al CAT las herramientas necesarias para que su operación se cumpla al 100%.

En Junio del año 2000 se une el Centro de Atención Telefónica al Centro de Control de Auditoría (CECA), en agosto el área de Cobranzas y dos meses más tarde Transferencias Electrónicas y a principios de Julio del año 2001 se implanta y crea el servicio de telemarketing Telecomsno, teniendo mayor crecimiento el CAT dentro de su organización y operación.

Continúa en la siguiente página



CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

Elektra 

MANUAL DE INDUCCIÓN AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA Cont.

Misión

- Nuestra misión es proporcionar un servicio de excelencia a nuestros clientes, basados en la honestidad y compromiso de quienes integran el CAT y en la competitividad constante.
- Ofrecer y propiciar oportunidades de crecimiento dentro de la empresa para cada uno de los integrantes de nuestro equipo.
- Contribuir al desarrollo tecnológico a través de las herramientas que empleamos para ofrecer información y soluciones efectivas a nuestros clientes, afianzando su preferencia.

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

Cont.

Código de Ética

- **Desempeñarse de manera honesta, responsable, objetiva y respetuosa al momento de atender al cliente.**
- **Mostrar una actitud paciente de servicio hacia el cliente, comprometiéndose a cumplir con sus peticiones de forma veraz y oportuna.**
- **Tratar a todos con respeto dentro y fuera del área de trabajo.**
- **Abstenerse de provocar dentro del área de trabajo actos que alteren la disciplina y el orden.**
- **Esforzarse por mejorar la calidad y efectividad de su trabajo cada día.**
- **Mantener una actitud positiva y optimista que transmita al cliente una buena imagen de la empresa y de nosotros mismos.**
- **Capacitarse continuamente y mantener una actitud propositiva para mejorar la productividad del área.**
- **Mantener en buen estado el equipo y las herramientas de trabajo.**

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA Cont.

Puestos y funciones dentro de área

Gerente de Área: Diseñar, dirigir, operar y controlar la estrategia y operación de servicio a clientes para las unidades de negocio de Elektra, Salinas y Rocha, The One, Biper,

Gerente: Garantizar el cumplimiento de los objetivos y metas específicas del área, haciendo uso óptimo de los recursos humanos y materiales disponibles

Supervisor: Es la persona encargada de llevar el control de la operación a sí como apoyar y ayudar al ejecutivo en situaciones que no están a su alcance, la labor del supervisor es también de llevar cuestiones administrativas y vigilar que el servicio que se brinda por parte de su área cubra las expectativas del cliente.

Ejecutivo: La labor del ejecutivo es importante, ya que es la persona que estará dando asistencia y asesoría al cliente.

El ejecutivo debe mostrar habilidad en el manejo de sistema, así como también tener los conocimientos suficientes para resolver los problemas que el cliente exponga en el momento de la llamada, ya que éste será el primer contacto que tendrá el cliente, por lo que el servicio que se brinde tiene que cubrir las necesidades del cliente y la imagen que se lleve sea de seriedad, honestidad y de un servicio de calidad.

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

Cont.

Puestos y funciones dentro de área

GDI: Debido a que el proceso de inducción que ahora se inicia y se aplica a cada una de las áreas del CAT, fue necesario que se asignaran dos ejecutivos (capacitados en lo práctico y teórico al 100%) que cumplirían la función de **Guías De Inducción (GDI)**, con la intención de facilitar la inducción ya que será el guía que proporcionara las herramientas para que el Ejecutivo de nuevo ingreso se adapte a lo largo del proceso de inducción al área.

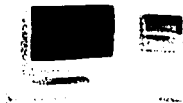


MANUAL DE INDUCCIÓN AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA Cont.

Herramientas de Trabajo

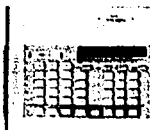
Dentro del área tenemos diferentes herramientas que nos sirven para desempeñarnos adecuadamente y a continuación se te explicarán.

Computadora



La computadora dentro del área es una herramienta básica y fundamental para poder realizar las labores del sistema.

Harris



Esta herramienta te permitirá hacer y recibir llamadas, transferirlas, poner en conferencia a varias personas, entre otros, además de que a través del Harris el área de reportería podrá conocer cuántas llamadas recibiste durante tu jornada de trabajo, resultados que se verán reflejados en los indicadores de tu productividad diaria.

Diadema



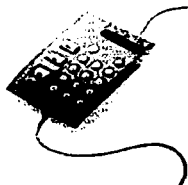
Tu diadema es indispensable para que puedas trabajar ya que no hay otra manera de que puedas recibir llamadas, por ello debes cuidar mucho no solo esta herramienta sino todas.

La diadema va conectada al *Harris* y a un amplificador.

Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA CAT Cont.

Amplificador



Funciona por medio de pilas, en el podrás regular el volumen y también tienen la función de *Mute*. El manejo del amplificador es muy sencillo, únicamente tiene 2 botones y un control de volumen, va conectado al *Harris* y a tu Diadema.

Chaleco



El chaleco servirá como distintivo entre las demás áreas, por eso es muy importante que portes tu chaleco durante tu horario de trabajo, deberás ingresar al departamento con el chaleco puesto, de lo contrario no se permitirá el acceso y lo mismo aplica para aquellas personas que lo hayan olvidado, será responsabilidad tuya el cuidado de la prenda y no se repondrá la pérdida de éste

Alertas

Las alertas⁴ son documentos que contienen la información de cada una de las Unidades de Negocio y de las promociones que se lanzan al mercado, precios de equipos, procedimientos de los movimientos que se realizan, uso de los sistemas entre otra información. Este material te apoyará para proporcionar a los clientes la información correcta, por eso es necesario que repases tus alertas constantemente ya que de esta manera sabrás cual es la información vigente y podrás responder al cliente rápidamente.

Continúa en la siguiente página

⁴ Ver anexo de Alerta



MANUAL DE INDUCCIÓN AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA CAT Cont.

Ubicación

El Centro de Atención Telefónica se encuentra en Call Center ubicado con otra áreas y pertenece a la Dirección General de Auditoría y su domicilio esta ubicado en Insurgentes Sur #3696 Col. La Joya, Tlalpan.

Áreas que conforman el CAT

Actualmente el área del CAT se encuentra conformado por:

- Atención a clientes
- Transferencias Electrónicas
- Telecosmo
- Cobranzas y Buró de Crédito CREDIMAX
- Profeco
- Servicio en Línea
- Conmutador
- Honestel

Continúa en la siguiente página

ATENCIÓN A CLIENTES





CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

Elektra

MANUAL DE INDUCCIÓN AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA CAT Cont.

Atención a clientes



CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

Esta área se dedica a atender, escuchar y dar soluciones a los clientes que llaman para exponer comentarios, inconformidad o simplemente que le dispen dudas del servicio que proporcionan en tienda.

¿Qué es lo que hace Atención a Clientes?

Atención a clientes atiende llamadas de clientes del todo el país que alguna vez a comprado en las tiendas de:

- Sucursales Elektra
- Sucursales Salinas y Rocha
- Sucursales Bodegas de Remate
- Sucursales The One

Y el tipo de llamadas pueden ser por ejemplo:

- Información sobre promociones
 - Domicilio de sucursales
 - Aclaraciones de crédito de cualquier Canal del Negocio.
 - Recepción de registros y soluciones de situaciones difíciles presentadas al cliente (quejas)
-

¿Como esta conformado el área de Atención a Clientes?

Actualmente el área de Atención a clientes se encuentra compuesta de la siguiente manera:

- 4 ejecutivos en el turno matutino
 - 4 ejecutivos en el turno vespertino
 - 1 supervisor para ambos turnos
-

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA CAT Cont.

Números Telefónicos

Los números Telefónicos de Atención a clientes son los siguientes:

- DF y área metropolitana 5447-8868
- Del interior de la república 01800-0021-021

Los horarios del Centro Telefónico son de 7:00 am. a 23:00 pm de Lunes a Domingo los 365 días del Año

Continúa en la siguiente página



TRANSFERENCIAS ELECTRÓNICAS



MANUAL DE INDUCCIÓN A TRANSFERENCIAS ELECTRONICAS Cont.

¿Que es transferencias Electrónicas?



El CAT Transferencias Electrónicas es un Centro Telefónico en donde se brinda apoyo a todas las tiendas Elektra, Bodegas de Remates, The One, Salinas y Rocha, en cuanto a políticas, dar apoyo y asesoría a personal de sucursales con operaciones de los productos de Servicios Financieros.

¿Qué es lo que hace Transferencias Electrónicas?

Esta área se encarga de dar autorizaciones y realizar operaciones por el sistema de transferencias de Dinero Express, Western Union y Guardadito como por ejemplo:

Western Union

- Autorizaciones por montos mayores de \$8,000
- Realizar correcciones de transferencias mal dirigidas a ciudades o estados así como a personas físicas.
- Asesoría al personal de Tienda.
- Autorizaciones por Ciudad de Destino.
- Autorizaciones en casos especiales (por que el cliente no trae identificación oficial, alguno de los datos de la transferencia no coinciden, etc.
- Pruebas de Pago

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN A TRANSFERENCIAS ELECTRONICAS Cont.

¿Qué es lo que hace Transferencias Electrónicas?

Dinero Express

- Autorizaciones por montos mayores de \$5.000.00
- Realizar correcciones de transferencias mal dirigidas a ciudades o estados así como a personas físicas.
- Asesoría al personal de Tienda.
- Envíos de transferencias cuando no hay red satelital en tienda
- Devoluciones de Transferencias
- Autorizaciones por Ciudad de Destino.
- Autorizaciones en casos especiales (por que el cliente no trae identificación oficial, alguno de los datos de la transferencia no coinciden, etc.

Guardadito:

- Autorización por Deposito mayor a \$5,000
- Autorización por Retiro mayor a \$5,000
- Autorización por Apertura mayor a \$5,000

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN A TRANSFERENCIAS ELECTRONICAS Cont.

¿Como esta conformada el área de Transferencias Electrónicas?

Actualmente el área de Transferencias Electrónicas se integra de la siguiente manera:

- 18 ejecutivos en el turno matutino
- 17 ejecutivos en el turno vespertino
- 1 supervisor para cada turno

Pero esta área consta de dos puestos mas que son:

Ejecutivo de pruebas de pago: Dentro del área de Transferencias Electrónicas existen las pruebas de pago que consiste en la verificación de los pagos de las transferencias de Western Union y es información que requiere la misma agencia, por lo que hay una persona especifica en recopilar dicha información y verificarla, existe un ejecutivo por turno.

Ejecutivo de correcciones: Para agilizar el flujo de las llamadas siempre con la intención de dar al cliente un servicio de calidad, surgió una posición y un ejecutivo por turno para realizar correcciones de las transferencias de Western Unión que están mal dirigidas en cuanto a ciudad de origen o los datos no estén completos, etc. y esto ha originado un mejor servicio y rapidez en la operación ya que todas las llamadas que se reciben en el Call-Center para correcciones se concentra en este puesto.

Números Telefónicos

Los números de Transferencias Electrónicas son los siguientes:

- DF y área metropolitana 5447-8840
- Del interior de la república 01800-50-557-00

Los horarios del Centro Telefónico son de 8:00 am. a 23:00 pm de Lunes a Domingo los 365 días del Año

Continúa en la siguiente página



TELECOSMO



MANUAL DE INDUCCIÓN A TELECOSMO Cont..

¿Qué es Telecosmo?



Telecosmo es una empresa que pone a disposición de los consumidores la tecnología y velocidad necesarias en la conexión a Internet, de manera que les permita incrementar su productividad a través de la integración de nuestros servicios.

¿Qué servicios ofrece?

Internet de alta velocidad: Acceso directo y permanente, capacidad de 128 kbps hasta 2000 kbps. Con este servicio nuestros usuarios no tendrán mas dificultades para conectarse a Internet ni desconexiones continuas así como perdida de tiempo por demora en descarga de archivos. A partir de Telecosmo el Internet de alta velocidad tendrá otro significado.

Telefonía: Servicios IP (enlaces que ayudan para la conexión al servidor) intrared incluida VPN y VPH (redes de telefonía privada), así como interconexión con la red de telefonía pública. A partir de ahora será posible crear una red privada entre usuarios (familiares, clientes, proveedores, etc.) y esto elimina gastos por concepto de servicio medido y larga distancia.

¿Qué hace CAT Telecosmo?

Esta área se encarga de dar información de precios y servicios, atención a clientes, Telemarketing y Help Desk

Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN A TELECOSMO Cont.

Visión a futuro

- Buzón de datos.
 - Videoconferencia Punto-Punto
 - Videoconferencia Punto-Multipunto
 - Música ambiental
 - Conferencia, Transferencia de llamadas y llamada en espera sin necesidad de Conmutadores PBX
 - Video en Demanda
 - Videojuegos en demanda
 - Servicio de Control y Administración
 - Telecapacitación
 - Circuito cerrado de televisión
-

¿Como esta conformada el área de Telecomso?

Actualmente el área de Telecomso se encuentra compuesta de la siguiente manera:

- 30 ejecutivos en toda la área con diferentes turnos
 - 1 supervisor para ambos turnos
-

Números Telefónicos

Los números Telecomso son los siguientes:

- DF y área metropolitana 5447-8844

Los horarios del Centro Telefónico son de 8:00 am. a 23:00 pm de Lunes a Domingo los 365 días del Año

Continúa en la siguiente página



COBRANZA Y BURO DE CRÉDITO



MANUAL DE INDUCCIÓN A COBRANZA Y BURO DE CREDITO Cont.

¿Que es el área de Cobranza y Buró de Crédito?



Esta área se dedica a realizar la labor de recuperar la cartera vía telefónica y sus metas son:

Cobranza:

- La cobranza telefónica, tiene como meta la gestión y la recuperación de la cartera en la prueba piloto de la nueva estrategia de crédito en la Regional de San Cosme.
- Actualmente manejamos cuentas con morosidades de 1 semana - nuevas y reincidentes-, y de 5 a 9 semanas de morosidad.

Cobranza telefónica de cuentas con morosidad de 1 semana.

- El fin de esta, es básicamente hacemos presentes al cliente, en forma cortés y sin mencionar en ningún momento que se le llama para solicitarle su pago, sino por el contrario, felicitándolo por su buen record de pagos, con la idea de que, por si mismo, el cliente recuerde el compromiso que tiene con nosotros de efectuar su abono.

Cobranza telefónica de cuentas con mora de 5 a 9 semanas.

- El fin de esta, consiste en solicitar de manera cortés, pero firme, el pago de las semanas de atraso que registre la cuenta al titular o cónyuge del mismo.

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN A COBRANZA Y BURO DE CREDITO Cont.

¿Que es el área de Cobranza y Buró de Crédito?

- La idea es hacerle ver, en primera instancia, que al no efectuar de manera oportuna el pago correspondiente , le será mucho más difícil el solucionar posteriormente su problema, haciendo hincapié en el compromiso que adquirió con nosotros , al otorgársele el crédito de pagar semanalmente sus abonos.

Si no obstante, la cuenta continua en atraso, se le indica que de no regularizar su situación de pago, nos damos el derecho a solicitar a su aval o fiador el pago correspondiente, o en última instancia la solicitud de la recuperación de la mercancía o bien el turnar la cuenta a jurídico para su cobro vía legal. En todo momento se puede manejar la opción de llegar a convenio de pago, aunque no directamente con nosotros, por lo que se le indica se presente a la tienda para que pueda llegar a algún acuerdo con el área de crédito.

Consulta al Buró Nacional de Crédito (BNC) para producto Credimax tu Hogar

- Nuestra función consiste en recibir las llamadas por parte de los ejecutivos autorizados de tienda, para llevar a cabo la interpretación, análisis y calificación, de los reportes que emite el BNC, sobre el historial crediticio de aquellos clientes que pretenden obtener un crédito Credimax tu hogar.
- El objetivo es estar seguros de que el solicitante es sujeto fiable para otorgarle el crédito, y por lo tanto en mayor medida evitar quebrantos.
- Trabajamos conjuntamente con Banca Quadrum, quien otorga los créditos, a través del Banco de México, y Elektra es el medio por el cual se comercializa.
- Actualmente están dentro del proyecto Credimax únicamente las tiendas Elektra ubicadas en los estados de Puebla, Toluca, Querétaro y Guadalajara.

Continúa en la siguiente página

MANUAL DE INDUCCIÓN A COBRANZA Y BURO DE CREDITO Cont.

¿Que es el área de Cobranza y Buró de Crédito?

- Nosotros otorgamos la calificación correspondiente, según lo que nos reporte la consulta al BNC, y dependiendo de ella , es que el cliente puede continuar o no con los tramites posteriores para obtener el crédito.
- Las calificaciones asignadas son:
 - FAVORABLE
 - FAVORABLE/CONDICIONADA
 - RECHAZADA

Favorables: Cuando un cliente quiere adquirir un crédito para una casa se checa en el buró de Crédito su historia y esta calificación indica que es un cliente que no se atrasó nunca en sus pagos.

Favorables/Condicionada: Es cuando un cliente se atrasó de 1 a dos semanas en sus pagos.

Rechazada: Es cuando el cliente no es apto para otorgarle un crédito.

¿Como esta conformada el área de Cobranzas?

Actualmente el área de cobranzas se encuentra compuesta de la siguiente manera:

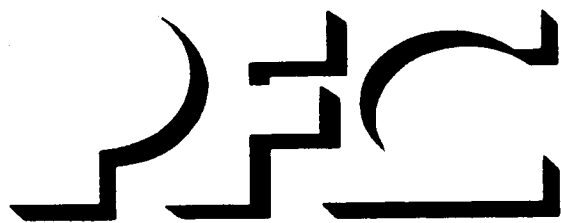
- 7 ejecutivos en toda la área con diferentes turnos
 - 1 supervisor para ambos turnos
-

Números Telefónicos

- Los números son los siguientes:
 - DF y área metropolitana 5447-88-50
 - Del interior de la república 01800-849-7282
- Los horarios del Centro Telefónico son de 9:00 am. a 21:00 pm de Lunes a Domingo los 365 días del Año
-

Continúa en la siguiente página





PROFECO



MANUAL DE INDUCCIÓN A PROFECO Cont.

¿Qué es Profeco?

Las funciones de PROFECO se ha orientado a la protección, asesoría y representación de la población consumidora, conciliación y arbitraje en los casos en que surgen diferencias entre consumidores y proveedores. Otras de sus funciones son la orientación y asesoría, recepción, trámite y conciliación de quejas y denuncias; resolución administrativas; riesgo de contrato de adhesión; protección técnico-jurídica a los consumidores; verificación y vigilancia de Normas Oficiales Mexicanas, pesas y medidas, instructivo y garantías, así como precios autorizados, establecidos y/o concertados con la SECOFI; acciones de grupo; facultades para ordenar la realización de publicidad correctiva; información y orientación a los consumidores.

Tipo de llamas que se reciben

Las llamadas que se reciben son de los canales de:

- Elektra
 - Salinas y Rocha
 - The One
 - Bodegas de Remates
-

¿Qué es lo que realiza el área de PROFECO?

El área de PROFECO se encarga de recibir llamadas de los conciliadores que se encuentran en las delegaciones de PROFECO en toda la republica en donde exponen las quejas de clientes inconformes. Su finalidad es la de dar respuestas favorables en un tiempo limite de 30 minutos, para evitar que se procese una demanda ante PROFECO.

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN A PROFECO Cont.

¿Como esta conformada el área de PROFECO?

Actualmente el área de cobranzas se encuentra compuesta de la siguiente manera:

- 1 ejecutivo en el área.
 - El mismo supervisor de atención a clientes.
-

Números Telefónicos

Los números Telefónicos de PROFECO son los siguientes:

- DF y área metropolitana 5447-88-09
- Del interior de la república 01800-002-1099

Los horarios del Centro Telefónico son de 9:00 am. a 17:00 pm de Lunes a Viernes

Continúa en la siguiente página



SERVICIO EN LINEA



MANUAL DE INDUCCIÓN A SERVICIO EN LINEA

¿Que es el área de Servicio en Línea

El área de Servicio en Línea se encarga de dar respuesta a los correos electrónicos que llegan al Web Master y a los clientes que realizan compras a través de la página The One.com y Elektra.com.

También el área proporciona atención vía telefónica y por e-mail a todas las dudas que tengan los usuarios, asesoramiento para navegar, entre otras actividades

El Sistema de Información y Atención Telefónica (SIAT) es la herramienta en la cual el área se apoya para realizar operaciones como:

- a) Pedidos realizados.
- b) Seguimiento de pedidos
- c) Servicios a los clientes tales como:
 - consulta de estatus
 - cambio de dirección de envío
 - cancelaciones y / o cambios.

La aplicación está desarrollada para atender a los clientes de las dos tiendas virtuales, pero hay que tomar en cuenta que las políticas y procedimientos no son del todo semejantes y a continuación se describirá brevemente cada una de ellas.

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN A SERVICIO EN LINEA Cont.

**www.theone
.com.mx.**

Y

**www.elektra
.com.mx**

Como parte de su expansión The One lanzó el 29 de Febrero del 2000 la venta de su línea de ropa y accesorios a través de una tienda virtual en www.theone.com.mx

Y también Elektra siempre a la vanguardia y teniendo gran visión en el futuro el 31 de Mayo del 2000 lanza una tienda virtual en www.elektra.com.mx a través de la cual los usuarios podrán realizar la compra de algunos de los artículos que se encuentran en tiendas físicas y artículos exclusivos.

Los usuarios de ambas tiendas virtuales tendrán la facilidad de visitar la página y efectuar sus compras desde la comodidad de su PC las 24 horas del día y los 365 días del año.

Las compras que el cliente realice se registrarán en el mismo momento de realizarlas por Internet.

La mercancía que adquiera el cliente se le entregará en su domicilio a través de un servicio de mensajería, con un costo adicional o entrega a tiendas sin costo alguno.

En las compras que realice con tarjeta de crédito habrá seguridad garantizada en las transacciones que efectúe el cliente.

El cliente tiene la facilidad y la opción de realizar los pagos de sus compras con pago referenciado. (deposito a banco Bitel o Bancomer)

No hay límite de compra y además podrá dar de alta su cuenta de correo electrónico en Todito.com, si el cliente no cuenta con un correo electrónico.

Dentro de la página www.theone.com.mx se podrá revisar el catálogo de las prendas.

Continúa en la siguiente página



MANUAL DE INDUCCIÓN A SERVICIO EN LINEA Cont.

www.theone.com.mx.

Y dentro de la página www.elektra.com.mx se podrá revisar el catálogo de los artículos para conocer sus características.

Y
www.elektra.com.mx

La página tiene una liga que canalizará al usuario a las páginas de Todito, The One, TV, Azteca y de Biper para envío de mensajes.

¿Como esta conformada el área de Servicio en Línea ?

Actualmente el área de Servicio en Línea se encuentra compuesta de la siguiente manera:

- 2 ejecutivos en el turno matutino
 - 2 ejecutivos en el turno vespertino
 - 1 supervisor para ambos turnos
-

Números Telefónicos

Los números telefónicos de Servicio en Línea son los siguientes:

Para línea The One

- DF y área metropolitana 54-47-88-27
- Del interior de la república 01 800 284-36-63

Para línea Elektra

- DF y área metropolitana 56-29-91-42
- Del interior de la república 01 800 288-35-82

Los horarios del Centro Telefónico son de 7:00 am. a 11:00 pm de Lunes a Domingo.



CONMUTADOR



MANUAL DE INDUCCIÓN A CONMUTADOR

Conmutador



manera a alguna área o persona.

Esta área es la encargada de recibir llamadas internas del corporativo para comunicarlos a alguna área en particular o llamadas externas de clientes queriendo contactar de igual

¿Como esta conformada el área del conmutador?

Actualmente el área del conmutador se encuentra compuesta de la siguiente manera:

- 6 ejecutivos en el área con diferentes turnos
- 1 supervisor

Números Telefónicos

Los números telefónicos del conmutador son:

- Para el interior de la republica 5629-9000
- Del interior de la republica 01800-0021-353

Los horarios del Conmutador son de 7:00 am. a 11:00 pm de Lunes a Domingo.



HONESTEL



MANUAL DE INDUCCIÓN A HONESTEL

Honestel



Su objetivo es la de consolidar la personalidad ética y moral que nos distingue se cuenta con Honestel, que es una línea de comunicaciones directas para denunciar todo tipo de:

- Disposición de lo ajeno
- Abuso de autoridad
- Falta de respeto
- Sugerencias

En general conductas que afecten la integridad así como el patrimonio de la empresa y de quienes en ella trabajamos.

Propósito de Honestel

Cada denuncia que se recibe en Honestel genera una investigación seria con el personal involucrado y se le da el adecuado seguimiento hasta lograr su solución.

Programa de Protección a quien Rompe el Silencio

El denunciante debe de tener la seguridad que la información que proporcione es confidencial, además que cuenta con un programa de Protección para evitar acciones que dañen su integridad.



MANUAL DE INDUCCIÓN A HONESTEL Cont.

¿Como esta conformada el área de Honestel?

Actualmente el área de Honestel se encuentra compuesta de la siguiente manera:

- 1 ejecutivo
 - Supervisor
-

Números Telefónicos

Los números telefónicos de Honestel son los siguientes

- México DF: 544-78824
- Interior de la Republica: 01800-284-3633
- Salvador: 2779209
- Republica Dominicana: 012002272
- Perú: 5170212
- Honduras: 5515720

Con un horario de 9:00 am a 19:00 pm. De Lunes a Domingo.

Honestel cuenta con correo electrónico para exponer las quejas o comentarios, así como también la pagina de Elektranet y próximamente a través del sistema ADN (administrador De Negocios) y la cuenta de correo es:

- Honestel@elektra.com.mx
-



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Hacer uso del teléfono

Ciertos aspectos para el uso del teléfono se deben comprender. Estos aspectos están diseñados para ayudarte a manejar las llamadas con delicadeza. A primera vista parecerán complicados pero normalmente son fáciles de aplicar. Para comprender mejor las capacidades de tu teléfono, lee lo siguiente y verificalos con tu supervisor. Posteriormente practica hasta que sean espontáneos.

"Mónica tenía que pasarle una llamada a un compañero de trabajo pero no estaba segura de cómo hacerlo. Después de leer rápidamente las instrucciones hizo la transferencia, pero se cortó la llamada. Si ella hubiera dedicado algunos minutos a practicar dicha transferencia, la llamada no se hubiera cortado".

- Aprende el manejo de tu teléfono Harris con anticipación
- No practiques con alguien que llama
- Conoce todos los aspectos
- Sostén la diadema a la altura de tu boca
- Recuerda que por teléfono se necesita hablar con más claridad que en persona.
- Evita interrupciones al hablar por teléfono. La persona con quien hablas merece toda tu atención.
- No sostengas llevar dos conversaciones al mismo tiempo
- Asegúrate de poner en espera al que llama antes de discutir su situación con tu supervisor.

Seria embarazoso si te dijera un compañero de trabajo que la persona que llama no suena muy inteligente sólo para descubrir que esta persona te estaba escuchando

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

La modulación de tu voz

Lee la siguiente oración

"Jorge no se presentó a trabajar esta mañana"

- Expresando asombro
- Tono casual
- Como un secreto
- Pregunta

Si haces bien el cambio de modulación, la oración transmitirá un sentido completamente diferente al que la escucha.

El tono de voz que lleva al éxito en las relaciones con el cliente puede ser descrito con cualquiera de estas cuatro características:

- Es alegre
- Es cálido, cómodo y comprensivo
- Está bajo control
- Es claro, directo y natural

La voz que proyectas está determinada por cuatro factores, los cuales se pueden controlar.

1. La *energía* de tu voz refleja tu actitud y entusiasmo.
2. Un *ritmo* normal *para hablar* es de 125 palabras por minuto. Hablar más rápido puede acarrear problemas.
3. La *altura* puede ser monótona, baja o alta. Lo ideal sería que variaras el tono y la modulación.
4. Los tres factores mencionados arriba constituyen la *calidad* de tu voz.

Continúan en la siguiente página





TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Auto evaluación de tu voz

La voz refleja tu personalidad. Si necesitas mejorarla puedes hacerlo, pero debes estar dispuesto a tratar. Practicar técnicas para la voz no es distinto a practicar un deporte.

Califica tu voz usando el siguiente ejercicio. Marca las características que se apliquen a ti, posteriormente con tu supervisor evalúa tus respuestas.

Mi Voz

ASPECTOS POSITIVOS

Suena agradable
Tiene variaciones de altura
Tiene un ritmo normal
Varía de volumen
Tiene una articulación clara
Suena como si estuviera sonriendo
Tiene mucha fuerza
Hace énfasis en los acentos adecuados

ASPECTOS NEGATIVOS

Es nasal
Suena gutural
Es rasposa
A veces chillona
Es monótona y aburrida
Es muy débil
Es demasiado fuerte
Tiene demasiadas pausas
No transmite una sonrisa

Debes comenzar a trabajar para corregir los rasgos no deseables que hayas marcado.

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Dirigirse al que llama

Hay seis modos básicos para dirigirse a las personas que llaman:

-señor	-nombre de pila
-señora	-caballero
-señorita	-títulos (Licenciando, Ingeniero, etc.)

Por lo general los que llaman pueden o no ser delicados acerca de cómo se les dirige la palabra. Para estar seguro recuerda estas sugerencias:

1. Cuando te dirijas a un hombre, siempre es correcto usar señor o caballero.
2. Dirigirse a una mujer es más difícil. Una señora o señorita es común y generalmente aceptable. Algunas mujeres prefieren que se les diga señorita y así lo pueden solicitar.

Continúan en la siguiente página

TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Contestar el teléfono

Una persona que llama comenzará a juzgar la calidad de la organización cuando se escucha la primera voz. Imagínate un alegre "Buenos días, Centro de Atención Telefónica" en lugar de un seco "Centro de Atención Telefónica, favor de esperar".

Las reglas para contestar el teléfono son sencillas, pero se deben repasar y practicar constantemente. A continuación las más importantes que debes emplear siempre.

1. Usa los siguientes cuatro pasos para contestar cortésmente:

- Saluda al que llama
- Identifica tu organización o departamento
- Preséntate
- Ofrece ayuda

Ejemplo: Buenos días, Centro de Atención Telefónica, le atiende Oscar Flores, ¿en qué puedo servirle?

2. Se entusiasta cuando contestes. Ayuda a lograr que el que llama se sienta realmente aceptado. Una voz cansada y sin entusiasmo no es atractiva.

3. Usa frases amigables como parte de tu saludo

Gracias por llamar

¿En qué puedo ayudarle?

¿Cómo le va?

Recuerda sonreír al contestar el teléfono. Una idea es tener un espejo dirigido a la boca o poner un letrero que diga sonríe.

Continúa en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Escuchar efectivamente

La primera lección para escuchar es estar consciente de que sólo hay tres tipos de expresiones que oírás a los que llaman. Éstas son:

- Harán declaraciones
- Pondrán objeciones, o bien
- Harán preguntas

De la misma manera, hay tres cosas que pueden suceder si no escuchas con atención.

1. Escucharás solamente lo que quieras escuchar
2. Escucharás solamente lo que esperas escuchar
3. No notarás la diferencia entre una declaración, una objeción o una pregunta.

Si no escuchas con cuidado, tal vez no entiendas de qué se trata la llamada. Por ejemplo:

Sus precios son un poco más elevados de lo que me esperaba

Cierra tus ojos e imagínate que un cliente está haciendo este comentario. ¿Cómo lo interpretarías?

El cliente tiene una objeción ()

El cliente hizo una declaración ()

El cliente hizo una pregunta ()

El cliente hizo una declaración:

Vamos a ver cómo respondería Elena, un ejecutivo de Telecomso, a la declaración anterior

Continúan en la siguiente página

TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Escuchar efectivamente

Cliente: Sus precios son un poco más elevados de lo que me esperaba.

Elena: Espero que eso no sea un problema. Son equipos excelentes.
¿A qué dirección mando su cuenta?

Ella reconoció la declaración y luego dirigió la conversación hacia el siguiente paso. Si no hubiera estado escuchando con atención, pudo haber mal interpretado la declaración como una objeción o una pregunta. Por ejemplo supongamos que interpretara la declaración del cliente como una objeción. Su respuesta pudo haber sido ésta

Cliente: Sus precios son un poco más elevados de lo que me esperaba

Elena: Nuestros precios son muy competitivos, es más, rebajamos algunos precios este año.

Cliente: Me parecieron elevados.

Elena: Si compara nuestros precios con los de nuestros competidores, se daría cuenta de que en general, somos muy competitivos.

Cliente: ¿ Quiénes son sus mayores competidores?

En este ejemplo, Elena permitió que la conversación se volviera una discusión acerca de precios y competidores. Perdió el control porque manejo la declaración como si fuera una objeción.

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Manejar objeciones

Una objeción ocurre cuando el que llama se opone al plan de acción propuesto. Cuando escuches una objeción es importante responder inmediatamente. Si el cliente que llama tiene alguna objeción y lo ignoras puedes perder ese cliente.

Ejemplo: Objeción

Cliente: Sus precios parecen elevados y pienso que debería visitar otros lugares para comprar antes de hacer un pedido.

Jesús: Estoy seguro de que usted quedará satisfecho con nuestro producto. ¿Está bien que la fecha de entrega sea el viernes?

En este ejemplo, Jesús no estaba poniendo atención. No escucho la objeción del cliente y como resultado trató de continuar con la venta. A Jesús se le puede dar crédito por tratar de conseguir un pedido, pero no tiene mucho caso cuando la objeción del cliente quedó sin respuesta.

A la mayoría de nosotros no nos gustan las objeciones. A veces pensamos que si éstas se ignoran, desaparecerán. Esto no es cierto. Las objeciones requieren de una respuesta inmediata.

Ejemplo: Objeción

Cliente: Pienso que debo comparar precios antes de hacer un pedido.

Elena: Está bien. Nuestros clientes dicen que tenemos precios muy competitivos.

Recientemente bajamos los precios del modelo que usted está considerando, el cual además continúa teniendo la mejor garantía en la industria. Si usted hace su pedido ahora, le podemos hacer su entrega a principios de la siguiente semana.

Continúan en la siguiente página

TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Manejar objecciones

Si ignoras preguntas u objeciones, la persona que llama:

1. Lo va a interrumpir y repetirá la objeción o la pregunta.
2. No dirá nada, pero tampoco quedará satisfecha porque tú la ignoraste.

Al escuchar, siempre pon atención en la modulación. Esta te comunica muchas cosas. Supongamos que el cliente dice, "sus fechas de entrega son increíbles". Si el cliente dice a esta declaración en un tono de reto, lo interpretaría como una objeción. Si lo dijo en un tono alegre, es que quizá fue un cumplido. El que llama siempre te hará saber cuando esta en contra de algo, y sus objeciones por lo general serán directas y al grano. Tu trabajo es escuchar con atención.

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

El arte de negociar

Muchas veces tienes que negociar con tus clientes. Negociar incluye reconocer las necesidades de los que te llaman, compararlas con la habilidad de la organización para proporcionar lo que te piden y luego alcanzar una solución que satisfaga a ambas partes.

Se requiere de negociación cuando te solicitan un servicio que no puedes ofrecer. La negociación comienza con los "puntos de acción"; es decir, los objetivos y requerimientos que se deben alcanzar con objeto de satisfacer a los clientes que te llaman.

Afortunadamente, negociación no significa ofrecer un servicio que la compañía no puede ofrecer. Es la habilidad para alcanzar un compromiso que sea aceptable para la organización y tu posible cliente.

Para ilustrar algunas técnicas de negociación veamos la conversación entre Jesús y un cliente.

Cliente: Habla Roberto Martínez. Debo hablar con Gabriel Bautista ahora mismo.

Jesús: Lo siento caballero, pero él está al teléfono en este momento ¿Puedo ayudarte o anotar su teléfono para que él se comunique con usted después?.

Cliente: No, puedo esperar. Interrúmpalo y dígame que tengo que hablar con él.

Jesús tiene un cliente que está exigiendo hablar con Gabriel; pero sabe que él está atendiendo una llamada importante y no quiere ser interrumpido.

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

El arte de negociar

En este caso existe un conflicto entre lo que el cliente quiere y lo que Jesús puede proporcionar. Por lo general, en este tipo de situación hay lugar para la negociación. Si tu enfrentas algo así, ¿qué compromiso puedes ofrecer que el cliente pueda aceptar?

A continuación te presentamos algunos consejos:

- 1.- Haz preguntas para determinar el problema.
- 2.- Cuando selecciones un plan de acción, se directo y específico en tus declaraciones.
- 3.- Mantén una actitud positiva y orientada al servicio.

Si tu fueras Jesús ¿Cómo responderías al cliente?

El cliente dice: No lo puedo esperar, interrúmpalo y avísele que tengo que hablar con él.

Escribe tu respuesta recordando los consejos mencionados.

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

El arte de negociar

A continuación la respuesta que dio Jesús:

Cliente: No, no puedo esperar. Interrúmpalo y dígame que quiero hablar con él.

Jesús: Caballero, estoy seguro de que Gabriel querría hablar con usted, pero como no está disponible, por favor dígame lo que necesita para que yo lo atienda personalmente, ¿está bien?

Cliente: Bueno, tal vez me pueda ayudar. Reporté que un refrigerador que adquirí en tienda Elektra y no funciona, tiene 2 meses que lo compre y lo necesito porque no tengo en que enfriar mis alimentos.

Jesús: ¿Habló usted a nuestro departamento de servicio técnico?

Cliente: Sí, lo hice

Jesús: ¿Y qué le dijeron?

Cliente: Uno de sus técnicos tenía que haberse presentado aquí a las diez de la mañana, pero no ha llegado y no puedo comunicarme al departamento porque las líneas están constantemente ocupadas.

Jesús : Voy a hablar a servicio técnico para averiguar qué están haciendo para resolver su problema. Haga favor de esperar

Cliente: Está bien

(Jesús habla al departamento de servicio técnico y se entera de que el técnico se demoró en otro sitio y no llegará con el señor Martínez hasta dentro de una hora)

Jesús: Señor Martínez, hablé con el supervisor del departamento de servicio técnico al cliente y me dijo que el técnico se demoró, pero que llegará en una hora a más tardar. Me comunicaré constantemente para asegurar que vaya dentro del plazo mencionado. También le informare a Gabriel Bautista que usted habló, ¿está bien?

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

El arte de negociar

Cliente: Supongo que sí.

Jesús: Gracias por su paciencia señor **Martínez**.

Cliente: Bien, gracias por su ayuda.

Es obvio que el cliente no está completamente satisfecho. Él quisiera que el técnico llegara a su casa inmediatamente, pero como no es posible aceptó un plan alternativo.

Repaso de las acciones de Jesús.

1. Alzó levemente su voz para imponerse mejor.
2. Haciendo preguntas, averiguó las necesidades del cliente.
3. Propuso un curso de acciones por tomar.
4. Fue directo y específico en sus declaraciones.

En la mayoría de las situaciones de servicio, un compromiso aceptable se puede alcanzar a través de la negociación. Puesto que tu controlas el servicio, estás en la posición de sugerir un compromiso o hacer otros arreglos. En el caso de Jesús, el tenía dos puntos de acción por tratar:

- El cliente exigió hablar con **Gabriel Bautista**.
- El cliente quería un técnico inmediatamente.

Jesús sabía que **Gabriel** no estaba disponible. También sabía que no podía llegar el técnico al lugar del cliente inmediatamente. A pesar de esto, tomó una acción positiva, propuso un plan y pidió al cliente que lo aceptara.

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

El arte de negociar

Cuando tu controlas servicios, debes tener cuidado con tus declaraciones para evitar ser demasiado brusco. Aunque no siempre puedes proporcionar lo que el cliente quiere, es importante des la respuesta de una manera cortés.

Compara la respuesta que tuviste contra la de Jesús para que de esa manera junto con tu supervisor evalúes y actúes en los puntos de acción que aún no aplicas y que podrían ser de mucha utilidad para tus llamadas.

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

¿Declaraciones, preguntas u objeciones?

Lee cada expresión como si se acabaran de comunicar contigo. Luego escribe "D" si consideras que es una declaración, una "P" si consideras que es una pregunta y una "O" para objeciones. Para las expresiones que sean tanto preguntas como objeciones, escribe ambas letras en el orden de importancia que consideres.

Imagínate que todas las respuestas se han dado en un tono de voz normal (notaras que toda la puntuación ha sido excluida a propósito).

1. Creo que su servicio es bastante bueno. _____
2. Sus fechas de entrega son bastantes tardadas. _____
3. Por qué aparecen 170.00 pesos en la nota. _____
4. Sus precios son demasiado elevados para mí. _____
5. Usted no entiende. Necesito que alguien venga hoy mismo. _____
6. Cuando tendrá surtido. _____
7. Que va a hacer acerca de este pedido retrasado. _____
8. No puedo esperar. Necesito hablar con ella hoy. _____
9. Por que nunca esta cuando lo necesito. _____
10. No voy a pagar esa cuenta. _____

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Llamada de seguimiento

Hacer un seguimiento del servicio que proporcionas es ser profesional. En la situación que acabamos de ver, Jesús o Gabriel deben confirmar que el señor Martínez esté satisfecho. Muchos proveedores de servicio al cliente por lo general no hacen un seguimiento. Sostienen que no les alcanza el tiempo. Aun cuando sea imposible hacer un seguimiento con todos los clientes, hay ciertas situaciones que debes hacer. Algunos ejemplos incluyen:

1.- Nada salió bien. A veces se le presentan situaciones en que, a pesar de que todos hicieron su mejor esfuerzo, nada salió bien. Una vez que los problemas se hayan corregido, se debe llamar al cliente para determinar si todo está en orden. El cliente por lo general agradecerá esta atención.

2.- El cliente irritado. Cuando cuelgas después de hablar con un cliente irritado, lo que menos quieres hacer es hablar con él de nuevo. Ya sea que la causa de la queja es legítima o cuestionable, es una buena idea hacer una llamada de seguimiento. Al llamar para preguntar si la acción que iniciaste fue satisfactoria, el cliente quedará agradablemente sorprendido al recibir noticias de ti, y quizá se convierta en un buen cliente.

3.- Un cliente nuevo. Cuando proporcionas servicio a un cliente nuevo, es el mejor momento para dar atención adicional. Haz una llamada de seguimiento para comprobar que todo sea satisfactorio. La imagen que tenga el cliente de tu organización se enriquecerá y futuras adquisiciones serán posibles.

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Llamada de seguimiento

4.- El cliente constante. Aquellos que solicitan servicios ocasionales merecen llamadas de seguimiento. Es fácil tomar a la ligera a los clientes constantes. Hacer ocasionalmente una llamada de seguimiento de servicio es una manera de decirle a los clientes constantes, "usted nos importa".

Nunca dudes en hacer una llamada de seguimiento de servicio. Aún cuando tu cliente estuviera irritado, o el servicio que proporcionas no resulto como estaba planeado, llama. Siempre es mejor conocer el nivel de satisfacción del cliente, que adivinarlo. Si un cliente continúa teniendo problemas, necesitas enterarte para poder corregirlos. Si ya no existe ningún problema, el cliente agradecerá el seguimiento.

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Hacer preguntas

Muchas veces se requiere que hagas preguntas para obtener la información necesaria. Existen dos tipos de preguntas que se pueden usar y cada una tiene un propósito particular: las preguntas abiertas y las cerradas.

Las preguntas abiertas están diseñadas para obtener respuestas que no puedan contestar un simple sí o no.

Por ejemplo, si preguntas a un cliente, ¿recibió el mensaje? la respuesta puede ser sí o no

Si quieres discutir con el cliente acerca de los detalles del mensaje, más bien preguntarías:

¿Cómo recibió su mensaje?

Se requiere de una explicación

- Usa preguntas abiertas cuando quieras que un cliente explique o discuta algo.
- Las preguntas cerradas se deben usar cuando sólo necesitas un sí o no.
- Usa ambos tipos de preguntas para obtener mayor control en tus contactos.
- También es posible acortar llamadas sabiendo usar preguntas abiertas y cerradas.

Al principio, con la mayoría de tus clientes, necesitas averiguar qué es lo que el cliente quiere, por lo que deberás utilizar preguntas abiertas. Más adelante, puede ser que necesites emplear preguntas cerradas para obtener una respuesta favorable, para entender una solicitud de servicio, o simplemente para manejar conversación y tu tiempo.

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Hacer preguntas

Las preguntas abiertas comienzan con las palabras:

- Cómo
- Por qué
- Cuándo
- Quién
- Dónde

Ejemplos:

- ¿Qué tan seguido sucede esto?
- ¿Qué hizo usted antes de que tuviera el problema?
- ¿Quién le entregó su recibo?
- ¿Cuándo recibió la mercancía de tienda?

Las preguntas cerradas comienzan con palabras como:

- Puedo
- Tiene
- Es
- Será
- Está

Ejemplos:

- ¿Los llamó usted?
- ¿Tiene usted el recibo?
- ¿Ya recibió su mensaje?
- ¿Puede pasar a la tienda?
- ¿Puedo llamar por usted a la tienda?

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Hacer preguntas

Cualquier declaración puede ser cerrada si es seguida por una pregunta, por ejemplo: Me gustaría apoyarte checando con el Gerente de tienda,

¿está bien?

¿está de acuerdo?

¿va usted a viajar?

¿es una buena hora para llamarle?

Las preguntas cerradas cortas también se pueden usar para obtener el consentimiento del cliente, por ejemplo:

Nuestro técnico estará allí el viernes. ¿Le parece bien?

Le tendremos que cobrar por este servicio. ¿No hay problema?

Le llamaré el Lunes a las diez de la mañana. ¿Estará disponible?

En estos ejemplos parece que se le está dando a escoger al cliente. Sin embargo, simplemente estás pidiendo la confirmación de tu cliente.

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Hacer preguntas

A continuación indica con una A cuáles son las preguntas abiertas y con una C para las cerradas.

1. ¿Qué hizo usted con el recibo?
2. ¿A dónde se enviaron los papeles del cliente?
3. ¿Ya pagó usted su cuenta?
4. Necesita pagar el viernes. ¿Está bien?
5. ¿Qué tanto trabajo se necesita?
6. ¿Se puede arreglar?
7. ¿Está esperando al teléfono el cliente?
8. ¿Cuántas llamadas recibimos ayer?
9. ¿Por qué dejamos de recibir llamadas después de las tres?
10. La señora Rodríguez está contenta con nuestro servicio. ¿No es así?
11. ¿Por qué no lo probó?
12. ¿Me hablaría usted?
13. ¿Hace cuánto tiempo está con el servicio de Movilaccess?
14. Los clientes siempre tienen la razón. ¿No es verdad?

Continúan en la siguiente página



TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Hacer llamadas de servicio

Cada vez que se le llama a un cliente hay importantes pasos a seguir.

Antes de hacer una llamada desarrolla un plan de acción

- Saluda a cliente de una forma agradable.
- Preséntate tu y la compañía que representas.
- Di el propósito de tu llamada.
- Comunica tu mensaje en términos amigables, claros y profesionales, dejando lugar para las preguntas.
- Menciona cualquiera de los beneficios para el cliente.
- Pide consentimiento.

Ejemplo:

Daniela por equivocación le indico a un cliente que las tarjetas de prepago para su Movilaccess las podía adquirir en Vips o Bitel.

Objetivo: Indicarle al cliente los puntos de venta actualizados

La táctica: Indicar los lugares en los que puede adquirir su tarjeta de prepago proporcionado opciones

Beneficios para el cliente: cuenta con una amplia gama de lugares para adquirir su tarjeta de prepago así como desde la comodidad de su casa o trabajo.

Continúan en la siguiente página





CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

Elektra

TÉCNICAS EFECTIVAS EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Cont.

Hacer llamadas de servicio

Daniela le habló a la señorita Anaya y le dijo: "Buenos días señorita Anaya. Habla Daniela Robles de Centro de Atención a Clientes de grupo Elektra. ¿Cómo le va?... La razón de mi llamada es para indicarle los lugares de venta de las tarjetas de prepago. Los lugares a los que puede asistir son: tiendas Elektra, Farmacias del Ahorro, Auchan, Walt Mart, 7 eleven y por medio de Telemarketing con cargo a su tarjeta de crédito sin la necesidad de salir del trabajo o casa con un horario de 9 a 21 hrs todos los días de la semana. ¿Qué opción le gustaría?"

Daniela hizo un buen trabajo porque transformó una situación negativa en una positiva por planear con anticipación.



EVALUACION

Evaluación

A continuación te pedimos que contestes la siguientes preguntas las cuales nos permitirán evaluar los conocimientos adquiridos durante la inducción.

Suerte !!!

- 1.- Menciona las empresas que componen al Grupo Salinas.
 - 2.- Quién es el actual director general del Grupo Elektra?
 - 3.- A quién va enfocada la misión del grupo Elektra?
 - 4.- Menciona tres valores de nuestra empresa.
 - 5.- En cuantas zonas está dividida la operación de las tiendas Elektra?
 - 6.- Menciona dos países en donde haya tiendas Elektra.
 - 7.- Menciona los diez servicios de Grupo Elektra.
 - 8.- ¿Qué beneficios y servicios obtienes tú como integrante a la empresa?
 - 9.- ¿A que dirección pertenece el CAT?
 - 10.- Menciona tus herramientas de trabajo.
 - 11.- ¿Qué áreas conforman el CAT?
 - 12.- Menciona que área del CAT te llama más la atención y por qué.
 - 13.- Menciona los seis modos básicos para dirigirse a las personas que llaman.
 - 14.- Menciona las principales actividades de dos de las áreas del CAT.
 - 15.- Menciona cinco puntos importantes del reglamento de trabajo.
-



CONCLUSIONES

Los avances tecnológicos han impuesto al hombre contemporáneo un ritmo de vida muy acelerado en todas sus actividades. Para responder a sus necesidades, las empresas han implementado la tecnología necesaria para ofrecer a sus clientes un mejor servicio con la exigencia de la rapidez que se necesita para resolver las demandas de sus clientes. El teléfono ha sido un implemento necesario que muchas empresas han adoptado para dar servicio de una manera eficiente a sus clientes. Este es el caso del CAT (Centro de Atención Telefónica) que como hemos podido ver en el desarrollo de este trabajo la esencia de los servicios que presta es precisamente la atención al cliente vía telefónica, que ha tenido mucho éxito ya que representa una manera cómoda de servir al cliente sin que éste se tenga que trasladar a las tiendas y puedan ser resueltas sus demandas por vía telefónica desde su casa u oficina.



CONCLUSIONES

En este proyecto, nuestro interés fue proponer un manual de inducción que atendiera las necesidades del área, quien no contaba con herramientas necesarias para llevar a cabo la inducción de un nuevo integrante, quien requerimos que se incorpore inmediatamente al equipo de trabajo.

Por ello, nuestra intención de resolver un caso concreto que detectamos estaba haciendo falta desde hace tiempo y realizar un proyecto que permitiera la aplicación de nuestros conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra licenciatura así como proporcionar elementos y herramientas que permitan crecer a la empresa la cual nos interesa porque laboramos dentro de ella y quisiéramos aplicar lo que a nuestro juicio sería un gran beneficio no solo para el área , sino también para todos aquellos que integran la organización y desean tener más información sobre ella.



ANEXOS



PROGRAMA DE CAPACITACIÓN GUIA DE INDUCCIÓN (GDI)



PROGRAMA DE CAPACITACION GDI

Inducción en el área de trabajo

Debido a que el proceso de inducción que ahora se iniciará y aplicará a cada una de las áreas del CAT, le permitirá al Ejecutivo de nuevo ingreso conocer e integrarse a la empresa y área, por lo que es necesario que se asigne al área, dos ejecutivos (capacitados en lo práctico y teórico al 100%) de apoyo para cada turno, para que facilite la inducción ya que será el guía que proporcionara las herramientas para que el Ejecutivo de nuevo ingreso se adapte a lo largo del proceso de inducción.

¿Qué será el GDI?

Será un Ejecutivo del Centro de Atención Telefónica llamado Guía de Inducción **GDI**.

Este será un compañero del área de trabajo quien proporcionará la capacitación y **entrenamiento** necesario para poder servir como guía a lo largo del proceso

Continúa en la siguiente página



PROGRAMA PARA EL GDI Cont.

¿Cuáles serán las funciones del GDI?

El GDI, mostrará el lugar de trabajo, presentará al ejecutivo de nuevo ingreso con los compañeros que convivirá en su jornada de trabajo, y con las diferentes áreas de CAT. El GDI explicará los procesos específicos del trabajo que se realizara dentro del departamento, también explicará con detalle lo que se espera de él y cual será su labor dentro del área. Incluso si el ejecutivo de nuevo ingreso sale a receso el GDI lo acompañara como parte del proceso de integración, además de que se fomenta una relación informal dentro del equipo de trabajo.

Con este proyecto se piensa transmitir la seriedad con la que se trabaja en Grupo Elektra, además de hacerlo sentir bien y darle una bienvenida cordial al nuevo miembro de la empresa.

Del el GDI se esperan los mejores resultados ya que éste será un eslabón, un medio valioso para la integración al Grupo.

¿Durante cuanto tiempo el GDI trabajara con el Ejecutivo de nuevo ingreso?

Se tiene un tiempo estimado de una semana en la cual el GDI, le dará la inducción y le explicará la operación, pero si se requiere de mas tiempo, se puede emplear, la intención es que el ejecutivo de nuevo ingreso se sienta con las herramientas necesarias para ejecutar su trabajo adecuadamente.

Continúa en la siguiente página



PROGRAMA PARA EL GDI Cont.

Actividades del GDI

A continuación se enlista las actividades que realizara el GDI al momento que se presenta al ejecutivo de inducción.

1. Durante las dos primeras horas el GDI presentara al ejecutivo de nuevo ingreso con los integrantes del departamento y área. Primero lo presentará al supervisor y este a grandes rasgos le informara de sus actividades.
2. En la siguiente hora le dará un recorrido por las instalaciones del Call-Center y CAT. En donde junto con el supervisor lo llevarán a Recursos Humanos para darlo de alta en el sistema y se le permita la entrada a las instalaciones.
3. Una vez que ya recorrieron las instalaciones se le explicara y mencionará la importancia de los controles administrativos que se manejan en el área como son: lista de asistencia, exámenes, controles de llamadas, registro de queja, todo lo relacionado con el llenado de formatos.
4. Al ejecutivo de nuevo ingreso se le explicará a grandes rasgos los puntos más importantes del reglamento de trabajo.
5. Finalmente el GDI se sentará a contestar llamadas junto con el ejecutivo de nuevo ingreso quien estará escuchando las llamadas con la finalidad de sensibilizarse con la operación.

Continúa en la siguiente página



PROGRAMA PARA EL GDI Cont.

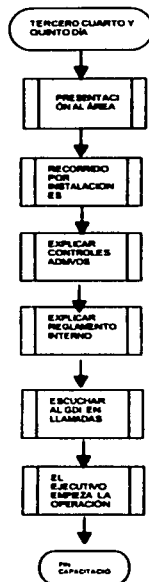
6. Y por último el GDI involucrará al ejecutivo en la operación asistida que consiste en que éste empiece a contestar llamadas, pero con la supervisión y asesoría del GDI.

Nota: los tiempos están sujetos a las evaluaciones y avances que considere el GDI los cuales pueden variar dependiendo de las circunstancias, por lo que el puede llevar su propio tiempo siempre y cuando se respeten los puntos.

Estos puntos se aplicarán el tercer día de capacitación, los demás días, se aplicaran los puntos numero 5 y 6. Hasta que este preparado para ejecutar su función solo.



INSTALACIONES CALL CENTER



ANEXO 2

DINÁMICA PARA DESCONGELAR

LA CARRERA

Instrucciones: Ocho carros de carrera de color diferente cada uno están alineados, al lado, para una carrera.

Establezca el orden en que están dispuestos los carros teniendo en cuenta la siguiente información

1. El Ferrari esta entre el carro rojo y el ceniza
2. El carro ceniza esta a la izquierda del Beetle
3. El Spirit es el segundo carro a la izquierda del Ferrari y el primero a la derecha del carro azul
4. El Tyrell no tiene carro a su derecha y está despues del carro negro
5. El carro negro esta entre el Tyrell y el carro amarillo
6. El Shadow no tiene ningún carro a su izquierda, esta a la izquierda del carro verde
7. A la derecha del carro verde esta el Monza
8. El Beetle es el segundo carro a la derecha del carro crema y el segundo a la izquierda del carro marrón
9. El Corvette es el segundo carro a la izquierda del Jetta

--	--	--	--	--	--	--	--

MUCHA SUERTE!!



ANEXO 3

LINEAMIENTOS DE TRABAJO DEL CAT

Introducción El grupo Elektra y los principios que lo dirigen están dedicados a nuestra gente, porque confiamos en que, su calidad de servicio, honestidad, eficacia y eficiencia harán grande a nuestra empresa.

Generalidades El Reglamento Interior de Trabajo contiene disposiciones obligatorias tanto para los empleados como para el patrón en el desarrollo de las labores y se aplicará en todas y cada una de las personas que presten sus servicios en la empresa.

Horario de Trabajo de Todos los empleados están obligados a cumplir con el horario que marque la compañía. El horario que establece es de Lunes a Domingo con un día de descanso dependiendo el turno que se maneje.

- a) Al momento de terminar su turno, se abstendrán de permanecer en las instalaciones del área con el objeto de no interferir con la operación de turnos en labores. En caso de necesitar permanecer por más tiempo en el centro de trabajo, se deberá solicitar la autorización al Supervisor en turno.
- b) El horario de entrada, salida o cambio de turno podrá ser reformado por los Supervisores conforme a los intereses de los administradores de la operación. Los permisos deberán ser solicitados con dos días de anticipación al supervisor, siendo éste quien decide si se otorga o no en base al desempeño del empleado.
- c) Los horarios de descanso y toma de alimentos serán administrados por los Supervisores conforme el área lo requiera.
- d) Es obligatorio asistir puntualmente a los cursos de capacitación y adiestramiento en los términos que establezcan los planes y programas aprobados.
- e) El horario de entrada, salida o cambio de turno podrá ser reformado por los Supervisores conforme a los intereses de los administradores de la operación. Los permisos deberán ser solicitados con dos días de anticipación al supervisor, siendo éste quien decide si se otorga o no en base al desempeño del empleado.
- f) Los horarios de descanso y toma de alimentos serán administrados por los Supervisores conforme el área lo requiera.
- g) Es obligatorio asistir puntualmente a los cursos de capacitación y adiestramiento en los términos que establezcan los planes y programas aprobados.

Vestimenta a) Se deberá respetar el código de vestimenta por parte de todos los usuarios, sin excepción, como forma de respeto al ambiente laboral.
Lunes a Jueves: Uniforme o ropa formal, cabello arreglado, zapatos de vestir.

- b) Prohibido usar jeans, tenis, huaraches, playeras, sudaderas, bermudas, pants y cualquier otro tipo de atuendo similar que implique desarreglo personal o atente contra la imagen del área.
Viernes, Sábado y Domingo: Ropa casual, cabello arreglado, zapatos de vestir o botas.

De no cumplirse el código de vestimenta antes indicado, se tendrá que abandonar las instalaciones de trabajo, tomándose esto como una falta injustificada.

Herramientas de trabajo

- a) La limpieza y orden de la estación de trabajo es responsabilidad del usuario.
- b) No está permitido utilizar los recursos y herramientas para usos ajenos al desempeño de las funciones de cada usuario.
- c) Se podrá utilizar el equipo de cómputo para tareas escolares, Internet y demás asuntos personales, siempre y cuando la operación lo permita, dentro de los horarios de trabajo y de la autorización del supervisor.
- d) Queda prohibido sustraer de las oficinas o dependencias Elektra, documentos útiles, papeles y pertenencias que estén bajo su cuidado sin previo permiso escrito, otorgado por las personas autorizadas.
- e) Los passwords, User I.D., claves, login, entendiéndose por éstos como códigos de acceso a sistemas asignados, son personales e intransferibles, por lo que cualquier uso indebido será responsabilidad directa del propietario. Si se comete alguna falta con esos sistemas, la penalización será un Acta Administrativa, la reparación del daño causado y la baja laboral, dependiendo de la gravedad y consecuencias de la falta.
- f) Comunicar a su jefe inmediato las deficiencias tanto administrativas como operativas (uso inadecuado de claves de acceso, passwords, mal uso de los sistemas y aplicaciones por parte de algún compañero de trabajo) que adviertan, de evitar daños o perjuicios a los intereses de nuestros clientes y de Elektra.
- g) El Asesor deberá llevar a buen término sus labores diarias, y en caso de no concluir con alguna (s), deberá reportarlo a su jefe inmediato.

Responsabilidades

- a) Los empleados dentro de la jornada de trabajo no podrán dejar de realizar sus labores sino por causas plenamente justificadas y cuando así lo establezca la Ley Federal del Trabajo.
- b) Se podrán realizar en su lugar de trabajo llamadas personales, que será una diaria en un lapso de 3 a 5 minutos.
- c) Los empleados deberán dar a conocer al supervisor cuando éste lo requiera, o en el momento que ocurra un cambio, los datos relativos a su domicilio y número telefónico.

Comportamiento

- a) Queda estrictamente prohibido introducir a la empresa enervantes, drogas o armas de fuego.
 - b) Esta prohibido provocar escándalos, riñas o cometer actos de indisciplina.
 - c) Con el fin de garantizar un ambiente de trabajo agradable, es necesario que las personas se conduzcan con decoro y ética, lo que implica utilizar un tono de voz y un léxico apropiados.
 - d) Cualquier falta de respeto, agresión física o verbal en contra de compañeros del mismo nivel, nivel inferior o nivel jerárquico superior, es causa suficiente para baja de la Empresa.
-

Sanciones

La empresa tiene derecho de aplicar las sanciones que estime convenientes de acuerdo con la naturaleza de la falta u omisión. También podrá rescindir el contrato individual de trabajo, conforme a las siguientes causas sin ninguna responsabilidad:

- a) Abstenerse sin justificación al cumplimiento de las obligaciones del puesto o desobedecer.
 - b) Ausentarse sin justificación de las obligaciones del puesto o desobedecer las órdenes, instrucciones o normas de la empresa.
 - c) Causar por descuido o negligencia perjuicios a los muebles o inmuebles propiedad de la empresa.
 - d) Sustraer documentos de la empresa relacionados con el trabajo.
 - e) Sustraer equipo de oficina u otros objetos.
 - f) Sustraer documentos de cualquier naturaleza propiedad de la empresa o relacionados con el trabajo.
 - g) Proporcionar a personas ajenas a la empresa información confidencial.
 - h) Incurrir en faltas de probidad u honradez, así como violencia, injurias o malos tratos en contra de cualquier superior.
 - i) Cometer contra alguno de sus compañeros cualquiera de los actos enumerados en el inciso anterior, si como consecuencia de ello altera la disciplina en el centro de trabajo.
 - j) Ocasionar por descuido o por negligencia perjuicios materiales a la empresa, durante el desempeño de sus labores.
 - k) Por cometer actos inmorales dentro de la empresa.
 - l) Por desobedecer a cualquier jefe sin causa justa, siempre que se trate del trabajo contratado.
 - m) Por acudir al centro de trabajo en estado de ebriedad o bajo la influencia de algún narcótico o enervante.
-

ANEXO 4

ALERTA 243 26/06/01 PROMOCIÓN DE REVELADO EN FOTOFÁCIL

ANTECEDENTES *Promover servicios de revelado e impresión de rollos fotográficos.*

VIGENCIA Del 19 de Abril al **09 de Julio del 2001.**

- DETALLE**
- Ofrecer al cliente tres (3) ampliaciones **Gratis** por cada servicio de revelado e impresión de rollos fotográficos.
 - En ventas a crédito de videocámaras al cliente se le debe entregar un Bono de Regalo, efectivo en ventas de contado en toda la tienda Excepto servicios.

AMPLIACIONES GRATIS

Por cada servicio de revelado e impresión, el cliente tiene derecho a tres ampliaciones de 6x8 **Gratis**:

- Para hacer efectiva esta promoción se debe cumplir cuando menos en:

Rollos de:	Mínimo de Fotos Impresas
12 Exposiciones	9
24 Exposiciones	15
36 Exposiciones	24

En el ticket del folio de servicio debe aparecer la siguiente leyenda "Presenta este ticket para hacer válidas tus "n" Ampliaciones".

Continúa en la siguiente página

BONO DE REGALO

En compras a crédito de las siguientes videocámaras al cliente se le debe entregar un Bono de Regalo:

Descripción	Importe del Bono
Videocámara Sony CCDTR-517	\$ 350
Videocámara JVC GRX-767	\$ 400
Videocámara Sony CCD-TRV-37	\$ 500
Videocámara Canon ES-50	\$ 410
Videocámara JVC GRA 237UM	\$ 180
Videocámara Sony TRV58	\$ 140
Videocámara Sony TR818	\$ 110
Videocámara Canon ES-190	\$ 400

El Bono de Regalo:

- Se otorga en todas las compras a crédito.
- Se entrega junto con la mercancía.
- Es efectivo en compras de contado a precio de lista en la misma tienda donde se emitió.
- Al hacerse efectivo, si el valor de la mercancía adquirida es menor al valor del Bono no se devuelve cambio y si es mayor el cliente debe cubrir el importe de la diferencia.

No aplica para:

- Pagos de enganche
- Abonos semanales
- Sistemas de apartado
- Servicios fotofácil
- Servicio de tiempo Aire Biper
- Servicio de tiempo aire Unefon
- Pago de Milenia
- Guardadito
- Transferencias de dinero
- No es acumulable ni transferible

Importante: No hay cancelaciones en compras realizadas con Bono.

TASA DE FINANCIAMIENTO

Para ventas a crédito las tasas de financiamiento que aplican durante esta promoción son:

No. de mecánica	Plazos			
	13	30	39	53
*90	21%			
*91		35%	46%	76%

Nota:

- La Mecánica 90 es exclusivamente para productos que se venden a 13 semanas.
- La mecánica 91 es para productos que se venden a plazos de 30, 39 Y 53 semanas.

CANCELACIÓN

No hay cancelaciones antes y después de entrega para los productos promocionados en esta campaña, así como para los servicios de revelado e impresión.

CANAL DE SOPORTE

Ejecutivo-Supervisor-Capacitación