

INNOVANDO  
SOLUCIONES

# Modelo Operativo 2.0 Grupo RG México

Playbook del MO 2.0  
Enero 2024

# AGENDA



01.

Objetivo del Documento

02.

Instrucciones y Composición del Documento

03.

Procesos del Modelo Operativo

04.

Rutinas del Modelo Operativo

05.

Políticas del Modelo Operativo

# AGENDA



01.

Objetivo del Documento

02.

Instrucciones y Composición del Documento

03.

Procesos del Modelo Operativo

04.

Rutinas del Modelo Operativo

05.

Políticas del Modelo Operativo

## Objetivo del Documento



### ¿Qué es?

Documento donde encontrarás los principales procesos de cada área, sus responsables, indicadores, políticas y consideraciones

### ¿Para qué?

Ser el impulso para la institucionalización del grupo, fomentando la sinergia y colaboración entre todos los miembros de la organización

### Existe...

Constante Evolución

Enfoque Integral

Construcción en la Marcha

# AGENDA



01.

Objetivo del Documento

02.

Instrucciones y Composición del Documento

03.

Procesos del Modelo Operativo

04.

Rutinas del Modelo Operativo

05.

Políticas del Modelo Operativo

### Cadena de Suministro



Conoce las principales actividades de cada área y su posición dentro de la cadena de suministro

### Composición de un Proceso



Conoce cómo leer la ficha de procesos y sus principales componentes

### Arquitectura de Procesos



Conoce los macro-procesos y procesos principales de cada área

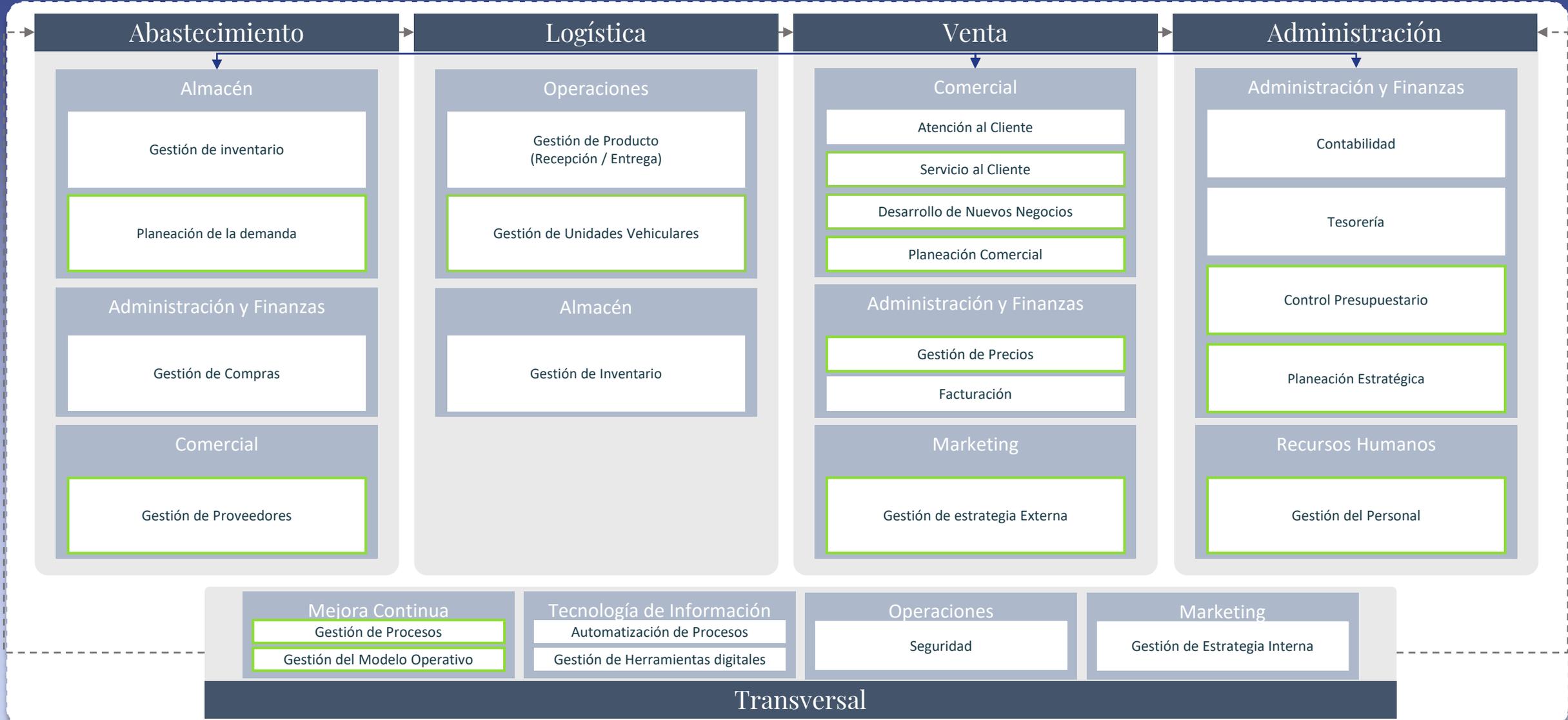
### Indicadores Clave



Conoce cómo leer la ficha de indicadores y sus principales componentes

# Interrelaciones - Grupo

## Cadena de Suministro



# Arquitectura de Procesos

Grupo RG México



Almacén		Comercial					Operaciones			Marketing		Mejora Continua	RRHH
1.1 Gestión de Inventario	1.2 Planeación de la demanda	2.1 Servicio al Cliente	2.2 Atención al Cliente	2.3 Planeación Comercial	2.4 Gestión de proveedores	2.5 Desarrollo de Nuevos Negocios	3.1 Gestión de producto	3.2 Gestión de Unidades Vehiculares	3.3 Seguridad	4.1 Gestión de la Estrategia Externa	4.2 Gestión de la Estrategia Interna	5.1 Gestión de Procesos	6.1 Gestión de Personal
1.1.1 Fabricación – Envasado de Producto	1.2.1 Gestión del Producto	2.1.1 Prospección del Cliente	2.2.1 Solicitud de Servicio - Reparaciones	2.3.1 Control de Inventario - Sucursal	2.4.1 Atención de Proveedores	2.5.1 Redes de Distribución	3.1.1 Transporte y Entrega de Producto - Fleteras	3.2.1 Transporte de Entregas Internas	3.3.1 Pruebas de Control de Calidad	4.1.1 Gestión de estrategias externas - Predictivo	4.2.1 Gestión de Estrategias Internas - Predictivo	5.1.1 Implementación de mejoras	6.1.1 Reclutamiento
1.1.2 Preparación de Pedidos	1.2.2 Gestión de Rezagados	2.1.2 Visita/ Presentación	2.2.2 Servicio de Mantenimiento		2.4.2 Importaciones	2.5.2 Plan de Expansión		3.2.2 Adquisición Vehicular	3.3.2 Revisión de Equipos de Trabajo	4.1.2 Generación de contenido de WhatsApp	4.2.2 Comunicación Interna (Frasas Motivacionales)	5.1.2 Sistematización de Procesos	6.1.2 Programa de Inducción
1.1.3 Recepción de Material	1.2.3 Solicitud de Inventario	2.1.3 Demostración	2.2.3 Seguimiento a Cliente					3.2.3 Entrega Vehículo	3.3.3 Inspección Vehicular	4.1.3 Encuestas Satisfacción del Cliente	4.2.3 Comunicación Interna (Revista Interna)	5.1.3 Proceso de Auditorías Internas	6.1.3 Capacitación
1.1.4 Entrega de Material		2.1.4 Cierre de Venta	2.2.4 Garantías					3.2.4 Contratación o Renovación de Pólizas de Seguro	3.3.4 Inspección Vehicular Previa a Viaje	4.1.4 Gestión de Reviews y Redes	4.2.4 Comunicación Interna (Revista Externa)	5.1.4 Gestionar iniciativas	6.1.4 Gestión de permisos
1.1.5 Auditoría Externa de Inventario		2.1.5 Instalaciones	2.2.5 Gestión de Producto						3.3.5 Inspección Áreas de Trabajo	4.1.5 Penetración de Mercado	4.2.5 Comunicación Interna (Lona Promocional)		6.1.5 Solicitud de Vacaciones
1.1.6 Auditoría Interna de Inventario										4.1.6 Relaciones Públicas	4.2.6 Segmentación del mercado		6.1.6 Gestión de incapacidades
1.1.7 Traspaso entre Almacenes										4.1.7 Publicación de Imágenes/ Vídeos	4.2.7 Presupuesto por Unidad de Negocio		6.1.7 Registro de Asistencia/Puntualidad
1.1.8 Facturación Interna a Colaboradores													6.1.8 Comunicación Interna (Tips)

# Arquitectura de Procesos

Grupo RG México



Administración y Finanzas									TI	Jurídico			Ecommerce	
7.1 Gestión de Compras	7.2 Gestión de Precios	7.3 Contabilidad	7.4 Tesorería	7.5 Facturación	7.6 Control Presupuestario	7.7 Planeación Estratégica	7.8 Cobranza	7.9 Comisiones	8.1 Gestión de TI	9.1 Gestión Jurídica	9.2 Controles internos y externos	9.3 Privacidad	10.1 Servicio al cliente	10.2 Proceso de cobro
7.1.1 Gestión de Compras Menores	7.2.1 Establecer precios por SKU	7.3.1 Gestión de Viáticos	7.4.1 Cortes Bancarios	7.5.1 Facturación a Unidades de Negocio (RIGO)	7.6.1 Elaboración Presupuesto Anual	7.7.1 Elaboración de Reportes Financieros	7.8.1 Cortes Diarios y Depósitos en Banco	7.9.1 Pago de Comisiones (Agencias)	8.1.1 Diseño y Desarrollo de Aplicativos	9.1.1 Asesoría Jurídica	9.2.1 Cumplimiento normativo	9.3.1 Gestión de datos y privacidad	10.1.1 Proceso de venta, experiencia cliente	10.2.1 Despacho de pedidos almacén General
7.1.2 Compra de Producto	7.2.2 Cálculo de bandas de Promociones	7.3.2 Alta de Cuentas Contables		7.5.2 Facturación a Unidades de Negocio – To be		7.7.2 Proyecciones Financieras	7.8.2 Cobranza por Unidad de Negocio		8.1.2 Gestión de Solicitudes – Por ticket – To be	9.1.2 Gestión de contratos	9.2.2 Prevención de riesgos		10.1.2 Proceso de cobro “Link de pago”- As Is	10.2.2 Despacho de pedidos almacén Urrea - As Is
7.1.3 Renovación de Líneas Celulares		7.3.3 Revisión de Balanza					7.8.3 Conciliación de depósitos		8.1.3 Planeación de Mantenimientos	9.1.3 Litigio	9.2.3 Propiedad intelectual		10.1.3 Proceso de cobro “Tarjeta de débito”– To be	10.2.3 Despacho de pedidos almacén Urrea – To be
7.1.4 Pedido Papelería		7.3.4 Provisiones							8.1.4 Contratos/Convencios		9.2.4 Gestión de reclamación y quejas		10.1.4 Proceso de cobro “Mercado pago”– To be	
7.1.5 Solicitud y Alta de Compra		7.3.5 Provisión General							8.1.5 Desarrollo de nuevos proyectos		9.2.5 Formación y educación		10.1.5 Proceso de Generación de pedido	
		7.3.6 Gestión de Caja Chica											10.1.6 Proceso de Asesoría de pedidos	
		7.3.7 Gestión de Pagos												

# Ejemplo de un Proceso

## Componentes



### Componentes Clave

Título del Macro-Proceso y Título del Proceso documentado

Diagrama de flujo del proceso

Explicación de la simbología utilizada en los procesos

Información clave del proceso:

- Indicadores
- Responsables
- Consideraciones



# Ejemplo de una ficha de Indicadores



## Componentes

### Componentes Clave

Título del Macro-Proceso

Componentes del Indicador

Indicador por Proceso

## Definición & Gestión de Indicadores

### Componentes



KPI's					
Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Auditoria Interna de Inventario	Exactitud de Inventario	Medir la precisión del inventario en comparación con las existencias reales	$\frac{\text{Inventario Registrado} - \text{Existencias Reales}}{\text{Existencias Reales}}$	%	Mensual
	Costo de Variación en el inventario	Medir el costo entre el inventario teórico y existencias reales	$\text{Inventario Registrado} - \text{Existencias Reales}$	\$	Mensual
	OTIF	Medir la puntualidad y precisión en la entrega de pedidos a los clientes (En Tiempo y Completos)	$\frac{\text{Número de pedidos cumplidos OTIF}}{\text{Número total de pedidos}} * 100$	%	Mensual
	Tiempo de Auditoría	Medir el tiempo para realizar la auditoría	$\text{Fecha Final} - \text{Fecha Inicial}$	Horas	Mensual
	Inservibles	Medir el porcentaje de producto a desechar por caducidad, estado del producto, etc.	$\frac{\# \text{ Inservibles}}{\text{Existencias Reales}}$	%	Mensual
	Inventario parado (A,B,C,D)	Medir el inventario de baja rotación según su valor monetario (A, B, C y D)	$\# \text{ Inventario Parado} * \text{Precio del Producto}$	\$	Mensual
Auditoria Inventario Anual	Costo de Variación en el inventario	Medir el costo entre el inventario teórico y existencias reales	$\text{Inventario Registrado} - \text{Existencias Reales}$	\$	Anual
	OTIF	Medir la puntualidad y precisión en la entrega de pedidos a los clientes (En Tiempo y Completos)	$\frac{\text{Número de pedidos cumplidos OTIF}}{\text{Número total de pedidos}} * 100$	%	Mensual
	Tiempo de Auditoría	Medir el tiempo para realizar la auditoría	$\text{Fecha Final} - \text{Fecha Inicial}$	Horas	Anual
	Inservibles	Medir el porcentaje de producto a desechar por caducidad, estado del producto, etc.	$\frac{\# \text{ Inservibles}}{\text{Existencias Reales}}$	%	Anual

KTW  
Consultech

Esta información es de carácter confidencial

# AGENDA



01.

Objetivo del Documento

02.

Instrucciones y Composición del Documento

03.

Procesos del Modelo Operativo

04.

Rutinas del Modelo Operativo

05.

Políticas del Modelo Operativo

# Agenda de Procesos

Procesos Críticos Documentados



Almacén



Operaciones



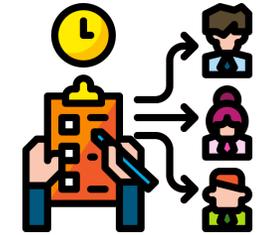
Marketing



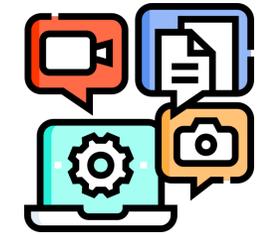
Mejora Continua



Recursos Humanos



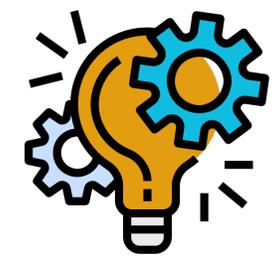
Administración y Finanzas



Tecnologías de la Información



Jurídico



Posventa



**RG Herramientas**



**Motto 100**



**RIGO MÉXICO - RIMEX**



**Velymex  
Hispanoamérica**



**River del Golfo**



**Sergin**



**E-commerce**



## PROCESOS

1.1 Gestión de Inventario

1.2 Planeación de la Demanda





## PROCESOS

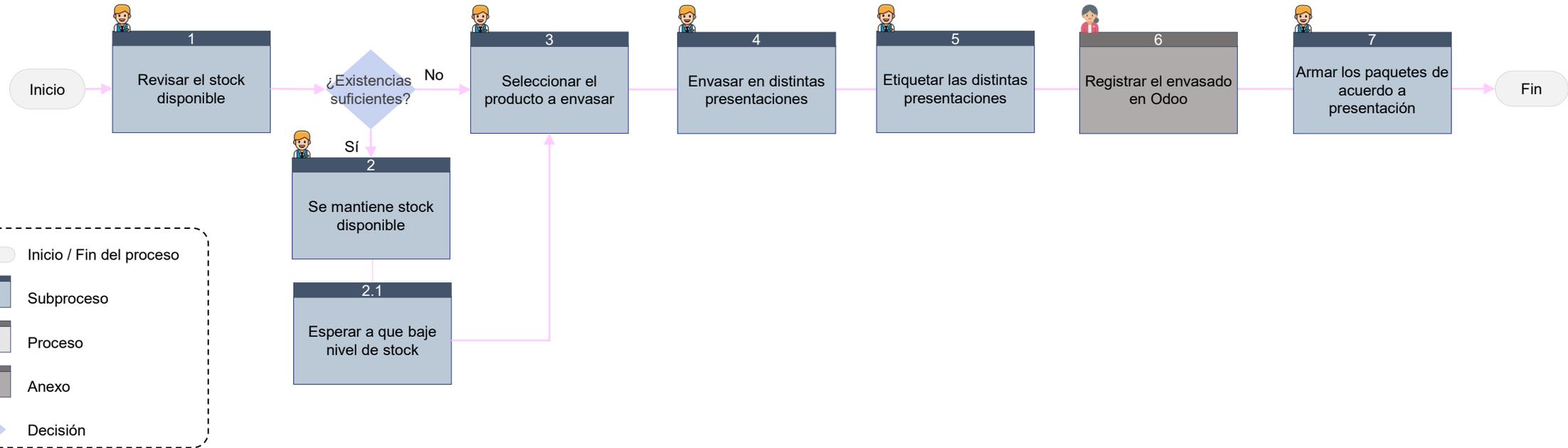
1.1 Gestión de Inventario

1.2 Planeación de la Demanda



# 1.1 Gestión de Inventario

## 1.1.1 Fabricación – Envasado de producto



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo de ciclo de entrega.
- Tiempo de ciclo de recepciones.

#### Responsables

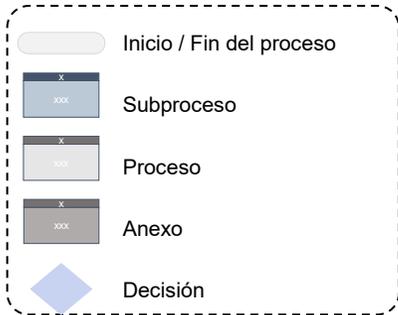
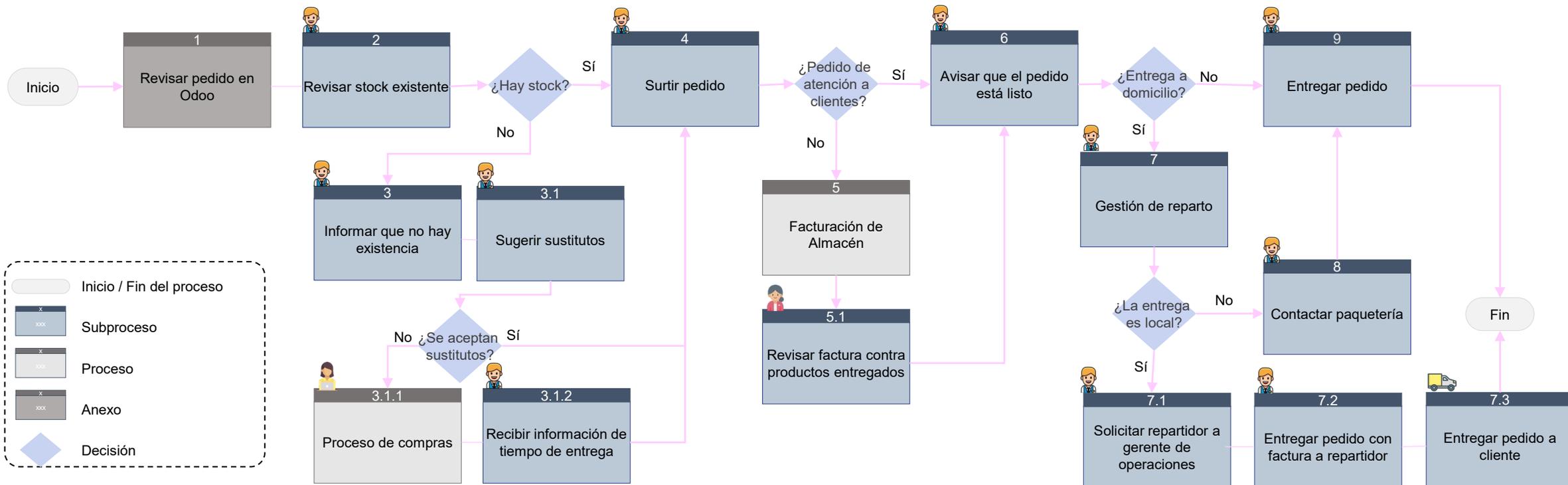
- Auxiliar de Almacén
- Responsable Almacén

#### Consideraciones

(1-2) Revisar herramienta de Gestión de Inventario para validar punto de reorden  
(3) Reinventariar para tener stock disponible para asesores  
(6) Consultar instructivo para realizar registro de envasado en Odoo  
Consultar Manual de Análisis de almacén para el caso de indicadores.

# 1.1 Gestión de Inventario

## 1.1.2 Preparación de Pedidos



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo de ciclo de entrega.
- Tiempo de ciclo de recepciones..

#### Responsables

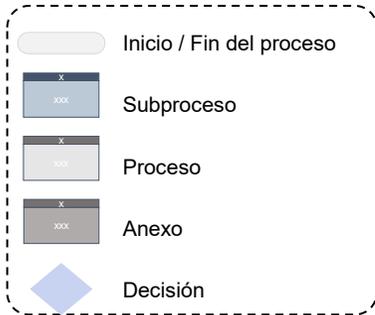
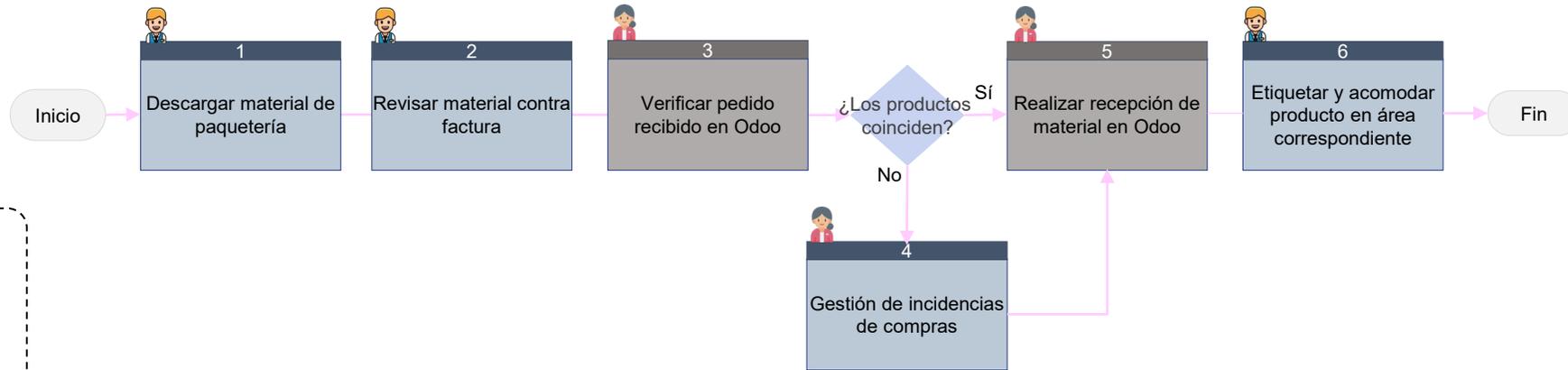
- Auxiliar Almacén
- Responsable Almacén
- Responsable de compras
- Repartidor

#### Consideraciones

- (1) Consultar procedimiento para revisar pedidos en Odoo
- (3.1.1) Se redirige procedimiento de proceso de compras
- (5) Se redirige procedimiento Facturación de Almacén
- (7) En caso de necesitar flete para la entrega, contactar a la paquetería.
- Consultar Manual de Análisis de almacén para el caso de indicadores.

# 1 Gestión de Inventario

## 1.1.3 Recepción de Material



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo de ciclo de entrega.
- Tiempo de ciclo de recepciones.
- Retrasos en las entregas.
- Retrasos de recepciones.

#### Responsables

- Auxiliar Almacén
- Responsable Almacén

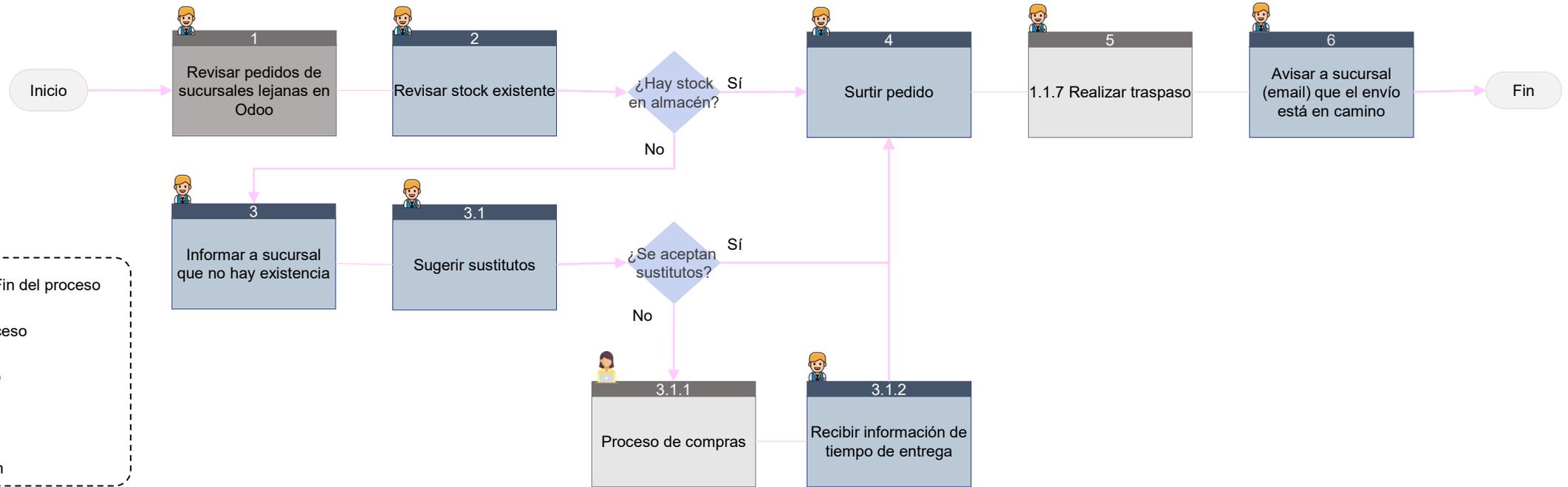
#### Consideraciones

- (2) Realizar una inspección visual, y en caso de detectar alguna anomalía tomar evidencia fotográfica y plasmarlo en la guía de reparto.
- (3) Consultar procedimiento para verificar en Odoo que los productos dados de alta por compras correspondan a los productos que llegaron.
- (5) Consultar procedimiento para realizar recepción de material en Odoo

Consultar Manual de Análisis de almacén para el caso de indicadores.

# 1 Gestión de Inventario

## 1.1.4 Entrega de Material



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo de ciclo de entrega.

#### Responsables

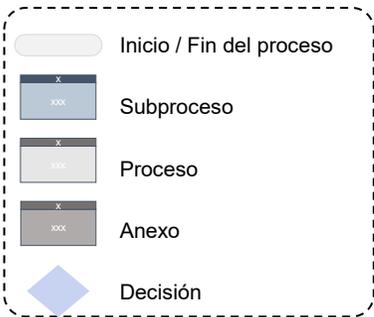
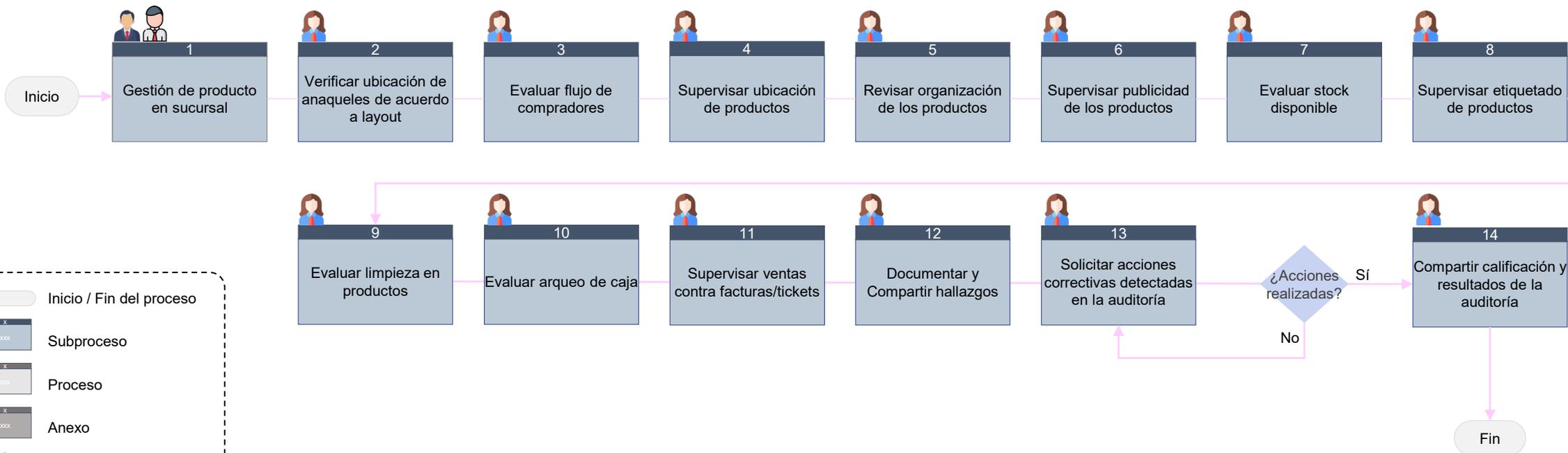
- Auxiliar Almacén
- Responsable de compras

#### Consideraciones

- (1) Consultar instructivo para revisar pedidos en Odoo
  - (3.1.1) Se redirige a Proceso de compras
  - (5) Se redirige a proceso Realizar traspaso
- Consultar Manual de Análisis de almacén para el caso de indicadores.

# 1 Gestión de Inventario

## 1.1.5 Auditoría Externa de Inventario



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo de ciclo de entrega.
- Tiempo de ciclo de recepciones.

#### Responsables

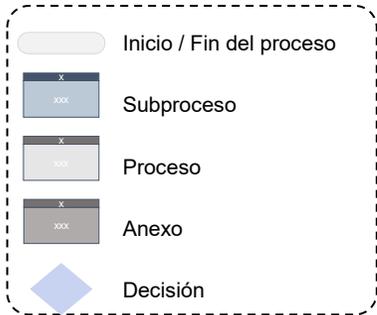
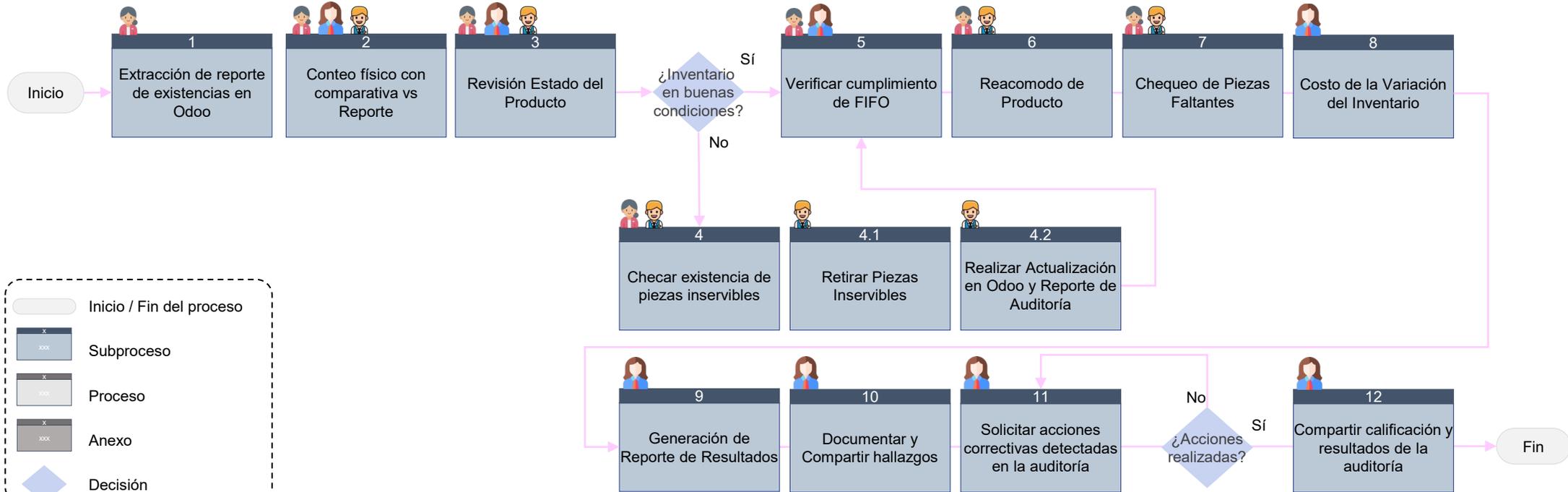
- Encargado de sucursal
- Asesor TAM
- Auditor externo

#### Consideraciones

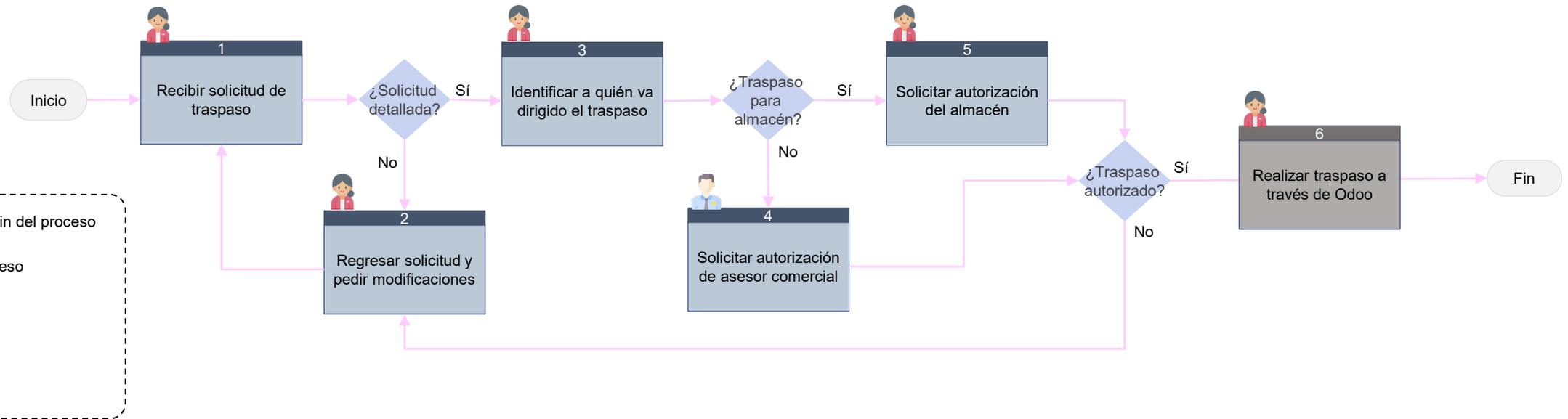
- (3-6-10-11) Puntos que aplican para sucursales
- Periodicidad: 1 vez cada semestre
- Consultar Manual de Análisis de almacén para el caso de indicadores.

# Gestión de Inventario

## 1.1.6 Auditoría Interna de Inventario



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Inventario Total.</li> <li>Valor Total de inventario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auxiliar Almacén</li> <li>Responsable Almacén</li> <li>Auditor interno</li> </ul>	<p>Auditoría Interna mensual (por proveedor)            (6) FIFO: Primeras Entradas Primeras Salidas            Consultar Manual de Inventario a Fecha para el caso de indicadores.</p>



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Rotación de inventario.

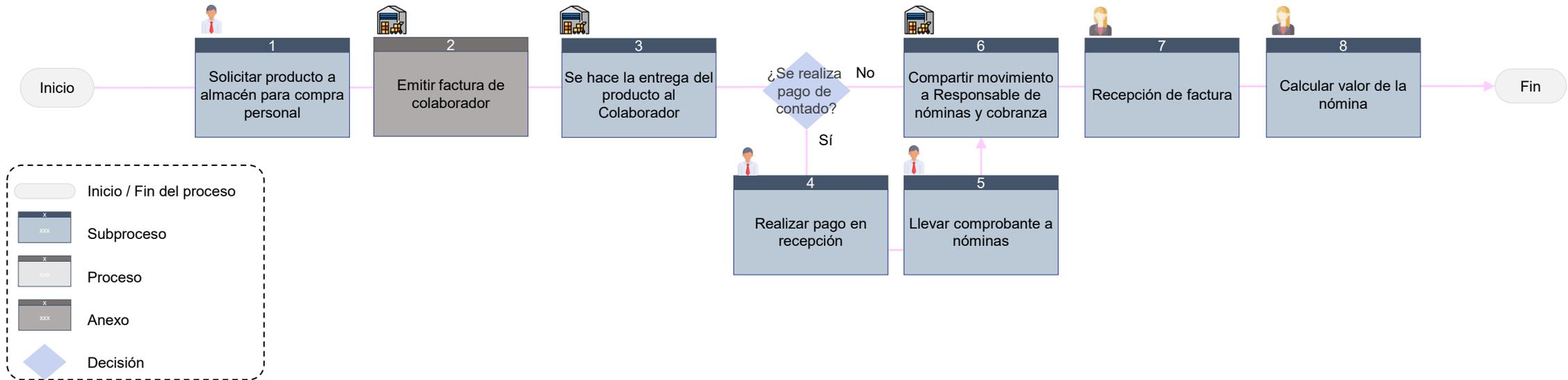
#### Responsables

- Asesor comercial
- Responsable de almacén

#### Consideraciones

- (1) La solicitud de traspaso debe venir detalladamente a qué almacén se hará el traspaso, qué producto, cuántas piezas, etc.
- (6) Consultar instructivo para realizar traspaso a Odoo. Consultar Manual de Inventario a Fecha para el caso de indicadores.

## 1.1.8 Facturación Interna a Colaboradores



### Información Pertinente

#### Indicadores

- % de facturación interna

#### Responsables

- Responsable de Nómina
- Colaboradores
- Almacén General

#### Consideraciones

(8) Restar valor de la factura a nómina de colaborador

# Definición & Gestión de Indicadores

Gestión de Almacén



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Fabricación – Envasado de producto	Tiempo de ciclo de entrega	Medir el tiempo total necesario para completar un pedido, desde que se realiza la solicitud hasta que se entrega al cliente	$Tiempo\ de\ finalización\ del\ pedido - Tiempo\ de\ recepción\ del\ pedido$	Horas	Mensual
	Tiempo de ciclo de recepciones	Medir el tiempo promedio que transcurre desde que se recibe la materia prima o los insumos para la fabricación y envasado hasta que están listos	$\frac{Suma\ de\ Tiempos\ de\ Recepción\ de\ Insumos}{No.\ Total\ de\ Recepciones}$	Horas	Mensual
Preparación de Pedidos	Tiempo de ciclo de entrega	Medir el tiempo total necesario para completar un pedido, desde que se realiza la solicitud hasta que se entrega al cliente	$Tiempo\ de\ finalización\ del\ pedido - Tiempo\ de\ recepción\ del\ pedido$	Horas	Mensual
	Tiempo de ciclo de recepciones	Medir el tiempo promedio que transcurre desde que se recibe la materia prima o los insumos para la fabricación y envasado hasta que están listos	$\frac{Suma\ de\ Tiempos\ de\ Recepción\ de\ Insumos}{No.\ Total\ de\ Recepciones}$	Horas	Mensual
Recepción de Material	Tiempo de ciclo de entrega	Medir el tiempo total necesario para completar un pedido, desde que se realiza la solicitud hasta que se entrega al cliente	$Tiempo\ de\ finalización\ del\ pedido - Tiempo\ de\ recepción\ del\ pedido$	Horas	Mensual
	Tiempo de ciclo de recepciones	Medir el tiempo promedio que transcurre desde que se recibe la materia prima o los insumos para la fabricación y envasado hasta que están listos	$\frac{Suma\ de\ Tiempos\ de\ Recepción\ de\ Insumos}{No.\ Total\ de\ Recepciones}$	Horas	Mensual
Entrega de Material	Tiempo de ciclo de entrega.	Medir el tiempo promedio que transcurre desde que se solicita un material hasta que se entrega al destinatario final	$\frac{Suma\ de\ Tiempos\ de\ Entrega}{No.\ Total\ de\ entregas}$	%	Mensual
Auditoría Externa de Inventario	Tiempo de ciclo de entrega.	Medir el tiempo promedio que transcurre desde que se solicita un material hasta que se entrega al destinatario final	$\frac{Suma\ de\ Tiempos\ de\ Entrega}{No.\ Total\ de\ entregas}$	%	Mensual

# Definición & Gestión de Indicadores

## Gestión de Almacén



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Auditoría Externa de Inventario	Tiempo de ciclo de recepciones	Medir el tiempo promedio que transcurre desde que se recibe la materia prima o los insumos para la fabricación y envasado hasta que están listos	$\frac{\text{Suma de Tiempos de Recepción de Insumos}}{\text{No. Total de Recepciones}}$	Horas	Mensual
Auditoría Interna de Inventario	Inventario Total.	Medir la cantidad total de existencias en una determinada ubicación o almacén	Total de productos	Productos	Mensual
	Valor Total de inventario.	Proporcionar una medida cuantitativa del valor monetario total de todos los productos almacenados en el inventario	Valos total de inventario	\$	Trimestral
Traspaso entre Almacenes	Rotación de inventario.	Evaluar con qué rapidez se está vendiendo y reemplazando el inventario durante un período de tiempo determinado	$\frac{\text{Cantidad de Productos Traspasados}}{\text{Promedio de inventario}}$	Productos	Trimestral
Facturación Interna a Colaboradores	% de facturación interna	Evaluar la proporción de ingresos generados por transacciones realizadas en comparación con el total de ingresos generados por todas las transacciones	$\frac{\text{Total de Ingresos por Facturación Interna}}{\text{Total de ingresos totales}} * 100$	%	Trimestral



## PROCESOS

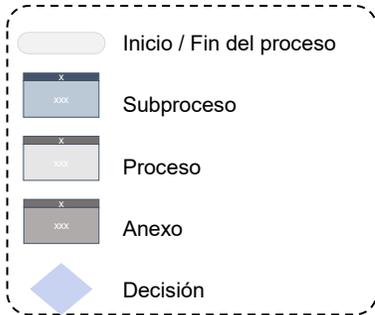
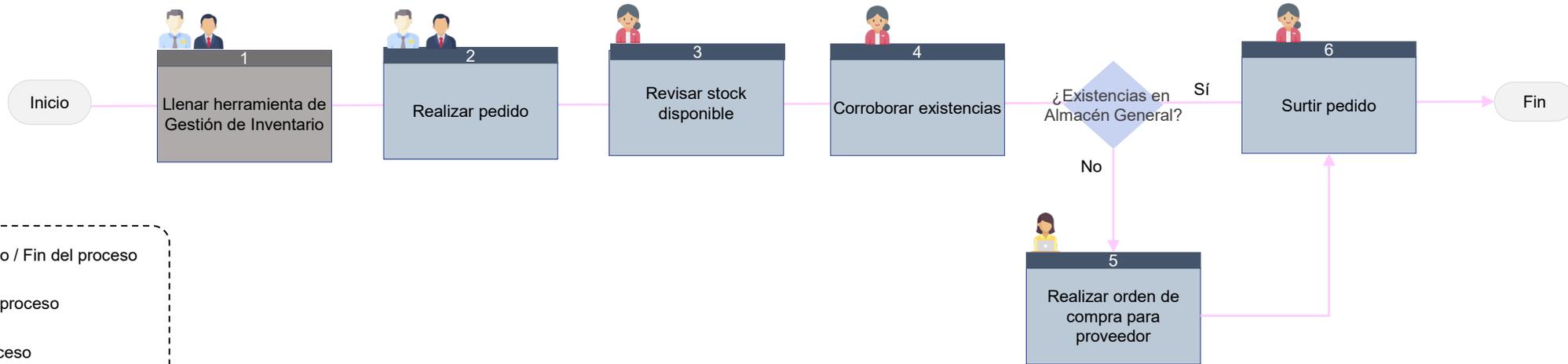
1.1 Gestión de Inventario

1.2 Planeación de la Demanda



# Planeación de la demanda

## 1.2.1 Gestión del Producto



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Rotación de inventario

#### Responsables

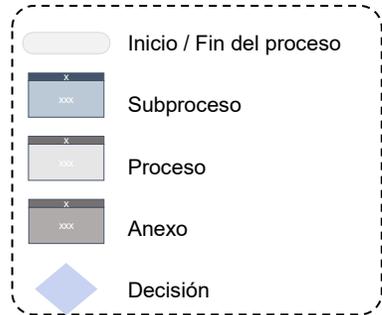
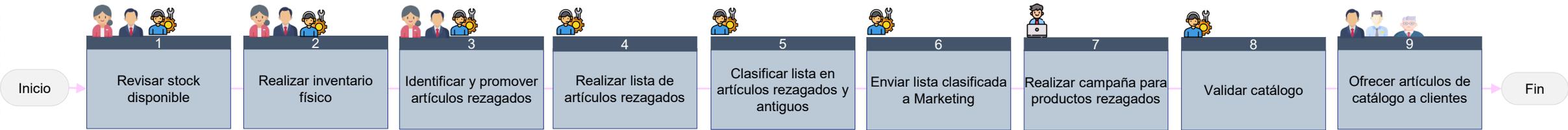
- Encargado de almacén
- Encargado de sucursal
- Responsable de compras
- Asesor comercial

#### Consideraciones

(1) Las variables clave de la herramienta deberán ser calculadas cada 3 meses por el gerente de unidad de negocio. Consultar Manual de Movimiento de productos para el caso de indicadores.

# Planeación de la demanda

## 1.2.2 Gestión de Rezagados



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tasa de Rezagados.

#### Responsables

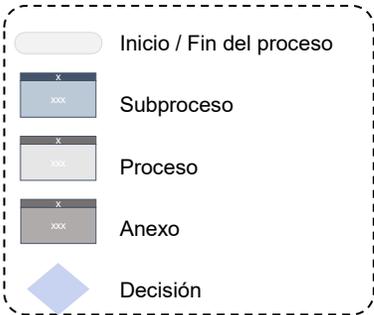
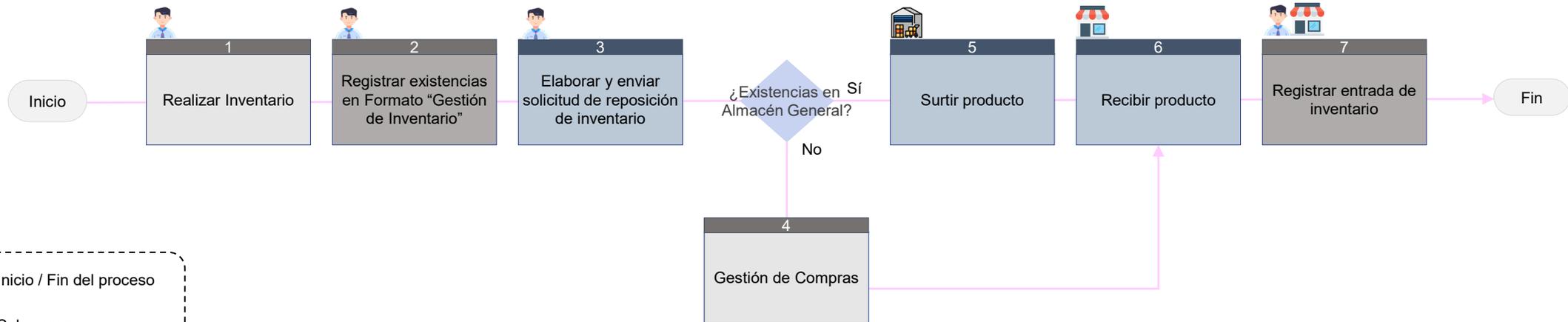
- Encargado de almacén
- Asesor Comercial
- Diseñador de Marketing
- Gerente de Unidad de Negocio
- Encargado de Sucursal
- Gerente de Operaciones

#### Consideraciones

- (5) Los artículos antiguos son aquellos que desde que llegaron al almacén no se han podido vender; los artículos obsoletos son aquellos que no se han vendido debido a que no se ha penetrado correctamente en el mercado y han estado más de un año en el almacén.
- (7) En el catálogo deben de venir la descripción del producto y cuestiones técnicas.
- (9) Los artículos antiguos se venden al costo + 5% de utilidad + x% de comisión; los artículos obsoletos se venden al costo + 20% de utilidad

# Planeación de la demanda

## 1.2.3 Solicitud de Inventario – To Be



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Nivel de satisfacción del cliente interno

#### Responsables

- Encargado de inventario
- Responsable Compras
- Almacén general
- Sucursales

#### Consideraciones

- Realizar inventario semanalmente
- Realizar pedido con base en los puntos de reorden por SKU para la sucursal
- Si se llega al punto de reorden se debe surtir el producto aunque se haya llegado al máximo de inventario

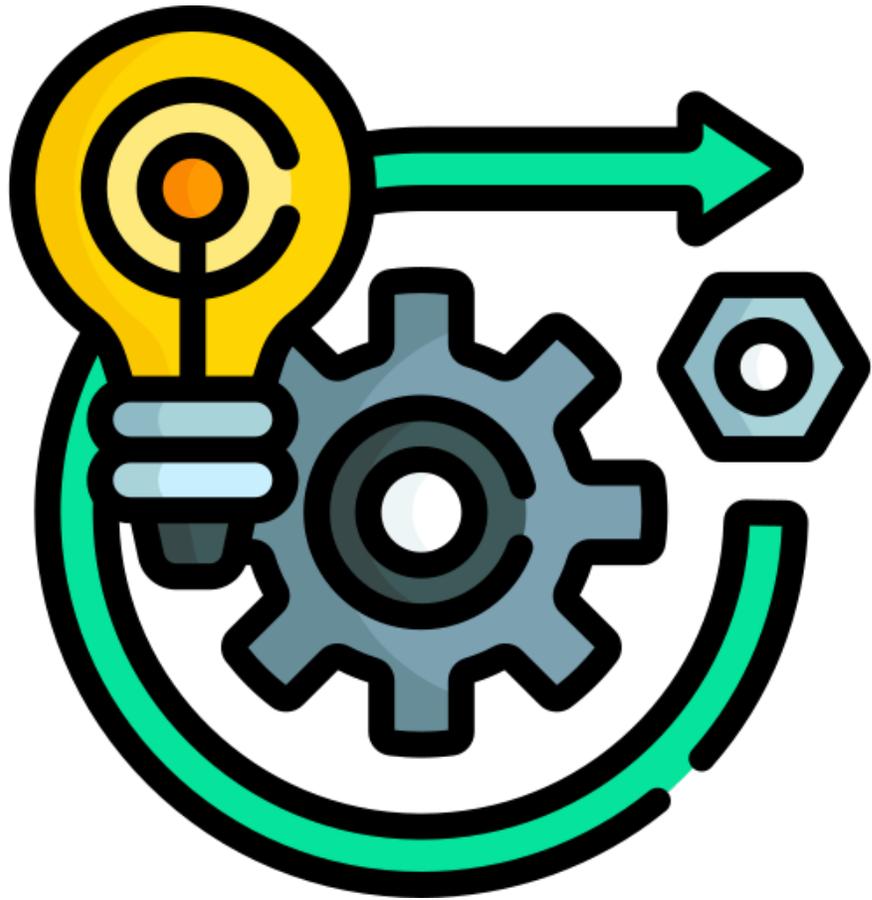
# Definición & Gestión de Indicadores

## Planeación de la Demanda Almacén



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Gestión del Producto	Rotación de inventario.	Evaluar con qué rapidez se está vendiendo y reemplazando el inventario durante un período de tiempo determinado	$\frac{\text{Cantidad de Productos Traspasados}}{\text{Promedio de inventario}}$	Productos	Trimestral
Gestión de rezagados	Tasa de Rezagados	Evaluar la eficiencia y rentabilidad de la gestión de inventario	$\frac{\text{Valor de los productos rezagados}}{\text{Valor total del inventario}} * 100$	%	Mensual
Solicitud de Inventario	Nivel de satisfacción del cliente interno	Evaluar la satisfacción de los clientes con los servicios y procesos de gestión de almacén.	$\frac{\text{Número de respuestas positivas}}{\text{Número total de respuestas}} * 100$	%	Mensual



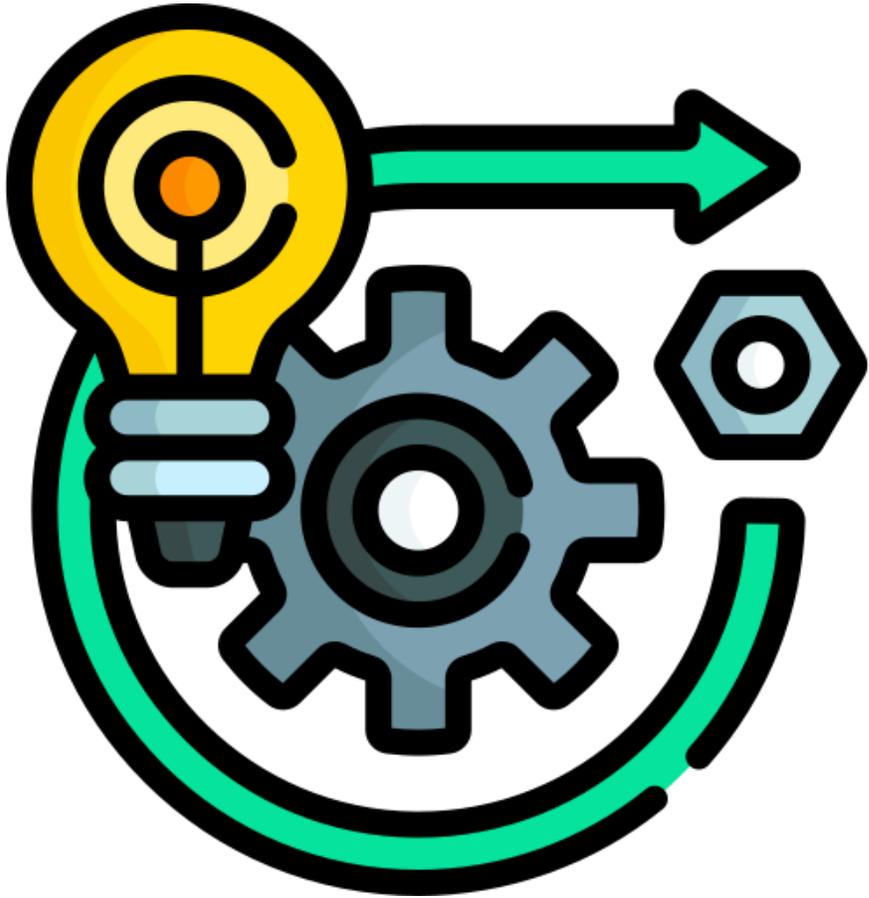
### PROCESOS

2.1 Gestión de Producto

2.2 Gestión de Unidades Vehiculares

2.3 Seguridad





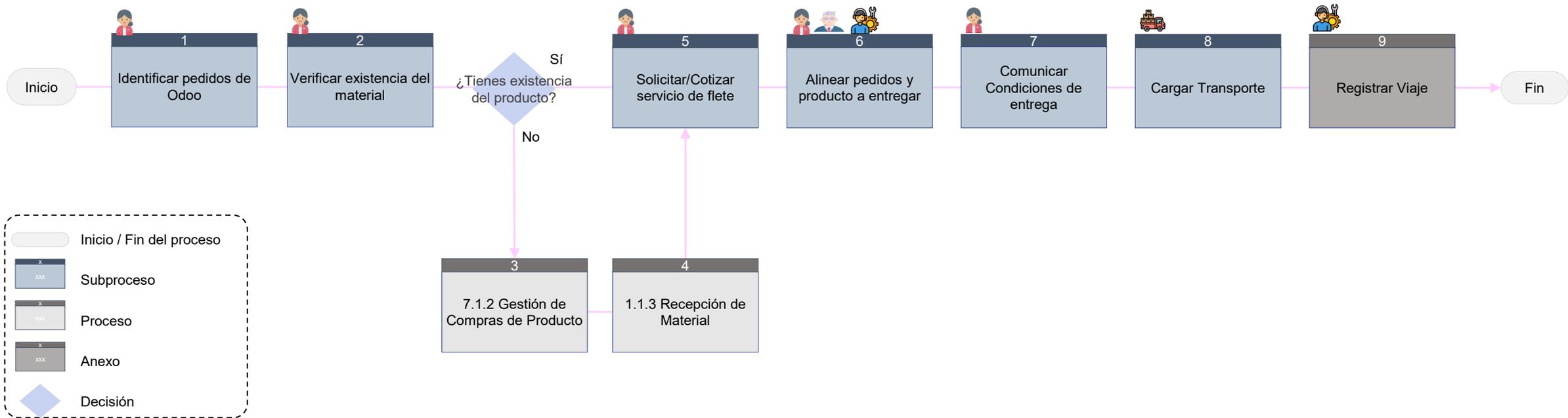
### PROCESOS

2.1 Gestión de Producto

2.2 Gestión de Unidades Vehiculares

2.3 Seguridad





### Información Pertinente

#### Indicadores

- Costo promedio de transporte por unidad de producto entregado
- % de entregas correctas

#### Responsables

- Gerentes de Unidad de Negocio o Asesor Comercial
- Operaciones
- Fletera
- Responsable de Almacén

#### Consideraciones

- (5) Transporte se hace a través de fletera: Tresguerras y Almex
- (5) Las cotizaciones previas se realizan solo en servicio de largas distancias, grandes cantidades de producto o necesidad de evaluar rentabilidad de transporte
- (6) Revisión de Anexo "Costo por viaje"
- (8) Ser Claros con la fecha de recolección y entrega
- (9) Registrar en Odoo la fecha de entrega real

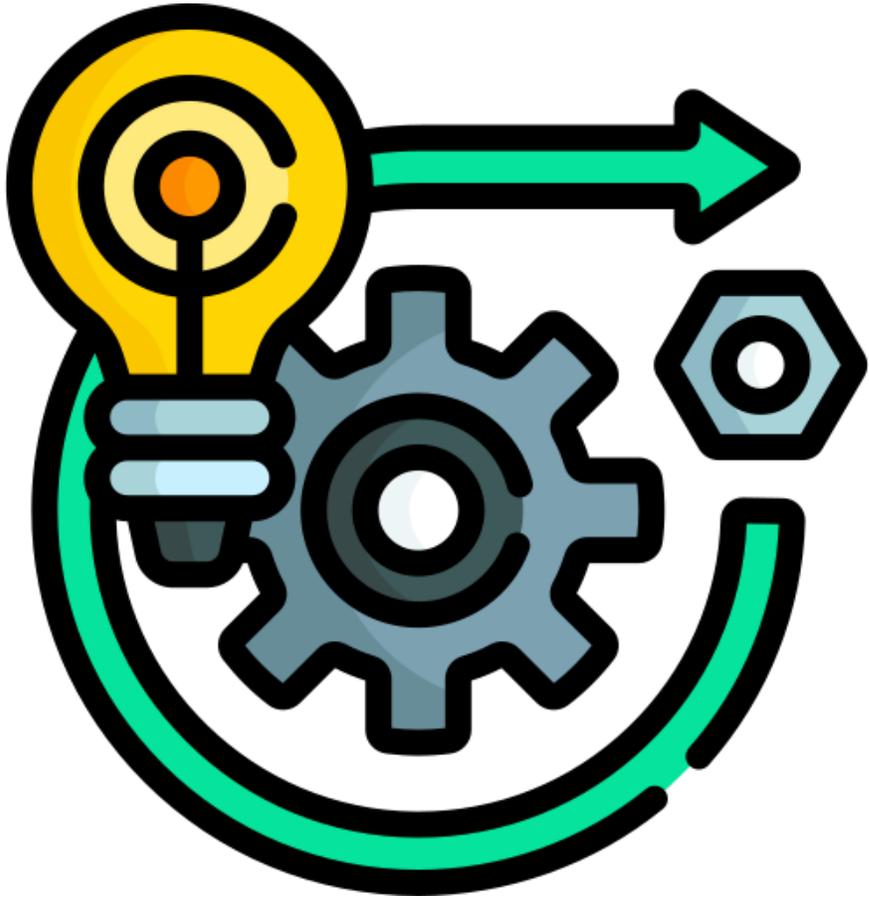
# Definición & Gestión de Indicadores

## Gestión del Producto



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Transporte y Entrega de Producto - Fleteras	<i>Costo promedio de transporte por BU de producto entregado</i>	Tener una visión clara y cuantitativa de los costos asociados con el transporte y la entrega de productos	$\frac{\text{Costo total de transporte}}{\text{Cantidad total de productos entregados}}$	\$	Semestral
	<i>% de entregas correctas</i>	Evaluar la calidad del servicio de transporte y entrega y garantizar la satisfacción del cliente	$\frac{\text{Número de entregas correctas}}{\text{Número total de entregas}} * 100$	%	Semestral



### PROCESOS

2.1 Gestión de Producto

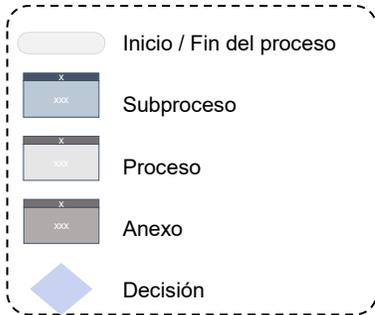
2.2 Gestión de Unidades Vehiculares

2.3 Seguridad



# Gestión de Unidades Vehiculares

## 2.2.1 Transporte de Entregas Internas – Soporte Técnico



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Número de incidentes de transporte
- Viajes realizados

#### Responsables

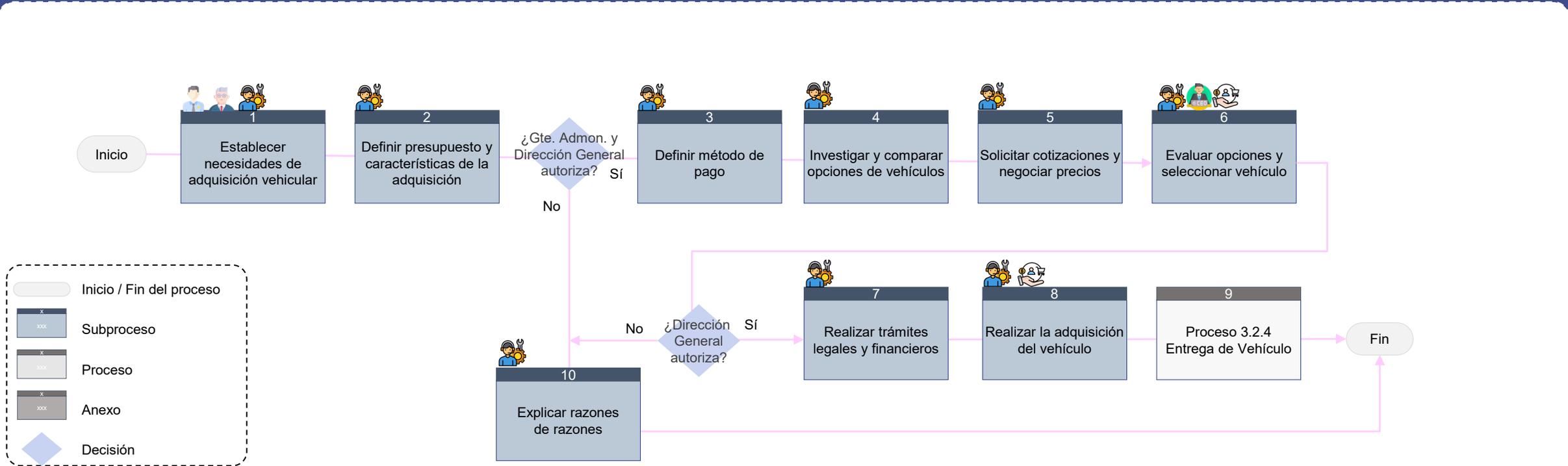
- Gerentes de Unidad de Negocio
- Chofer
- Responsable de Almacén
- Gerente de Operaciones
- Auxiliar de Almacén

#### Consideraciones

- (1) Establecer espacio disponible por viaje
- (2) Formalizar la comunicación a través de correo electrónico
- (4) Rutina entre Gerente de Operaciones, Almacén y Gerentes para alinear viajes internos
- (4) Revisión de Anexo "Costo por viaje"
- (8) Almacén debe enviar correo y el asesor comercial debe firmar la factura

# Gestión de Unidades Vehiculares

## 2.2.2 Adquisición Vehicular



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Auto Nuevos del año

#### Responsables

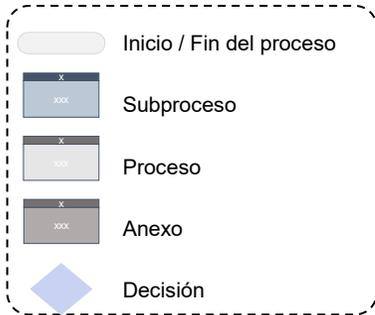
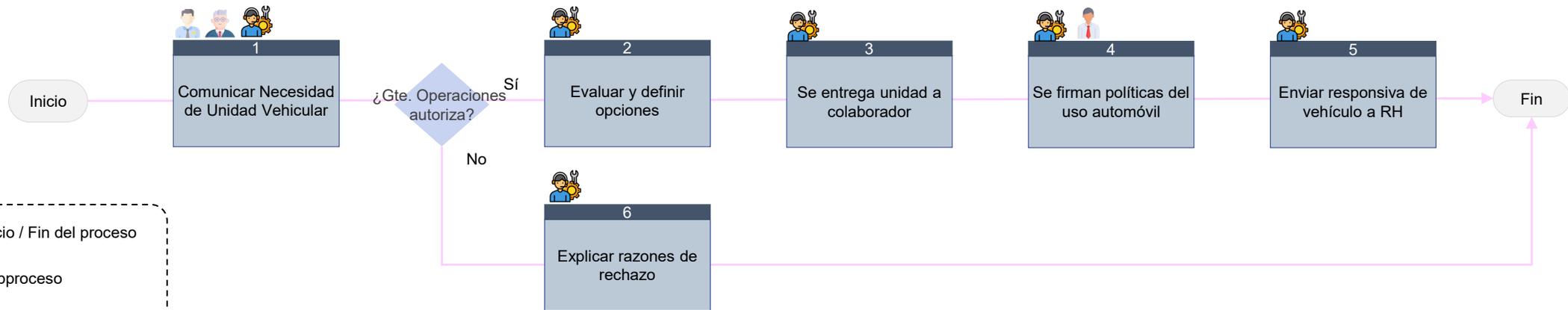
- |                  |                              |
|------------------|------------------------------|
| Arrendadora      | Gerente de Unidad de Negocio |
| Operaciones      | Dirección General            |
| Asesor Comercial | Gerencia de finanzas         |

#### Consideraciones

- (1) La necesidad se analiza el tipo de vehículo que se necesita, carro, camioneta, etc.
- (1) Realizar análisis de retorno de inversión
- (2) Se deberán comparar 3 vehículos.
- (3) Tipos de pago: contado, financiamiento, arrendamiento.
- (6) Realizar cuadro comparativo de opciones

# Gestión de Unidades Vehiculares

## 2.2.3 Entrega Vehículo



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Parque Vehicular
- Auto Nuevos del año

#### Responsables

- Colaborador
- Operaciones
- Asesor Comercial
- Gerente de Unidad de Negocio

#### Consideraciones

- (1) Se debe comunicar necesidad a través de correo electrónico y con tiempo de anticipación
- (2) Posibilidad de adquisición vehicular o préstamo de unidad
- (4) Llenar checklist de condiciones del vehículo
- (4) Firmar responsiva en caso de ser unidad asignada
- (5) La responsiva se entrega a nóminas y se debe agregar al expediente del empleado

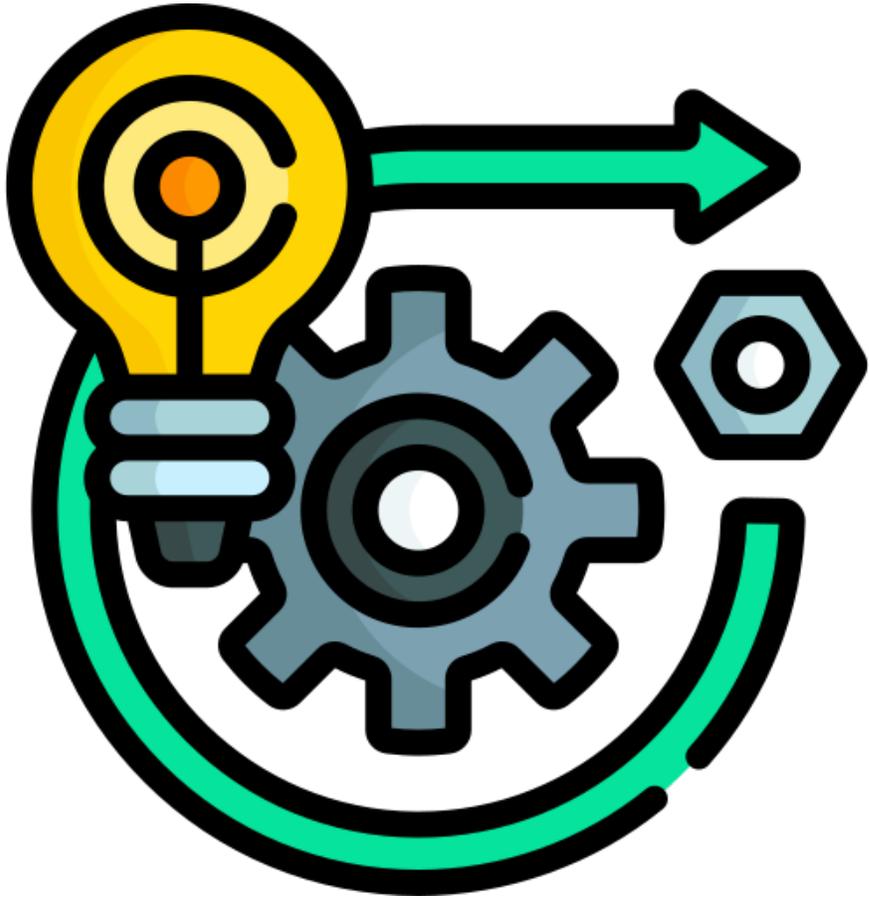
# Definición & Gestión de Indicadores

## Gestión de Unidades Vehiculares



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Transporte de Entregas Internas – Soporte Técnico	Número de incidentes de transporte	Evaluar y mejorar la seguridad y eficiencia de las operaciones de transporte interno	$\frac{\text{Número de incidentes de transporte}}{\text{Número de entregas internas}} * 100$	%	Semestral
	Viajes realizados	Evaluar y optimizar la eficiencia de las operaciones de transporte interno	$\frac{\text{Número total de entregas}}{\text{Número promedio de entregas por viaje}}$	Viajes	Trimestral
Adquisición Vehicular	Autos nuevos del año	Evaluar y controlar la renovación y actualización de la flota de vehículos de la organización	Número total de autos nuevos del año adquiridos durante el periodo de medición	Autos	Anual
Entrega Vehículo	Parque Vehicular	Evaluar y gestionar la flota de vehículos de la organización	Número de vehículos adquiridos – Número de vehículos retirados	Vehículos	Anual
	Autos nuevos del año	Evaluar y controlar la renovación y actualización de la flota de vehículos de la organización	Número total de autos nuevos del año adquiridos durante el periodo de medición	Autos	Anual



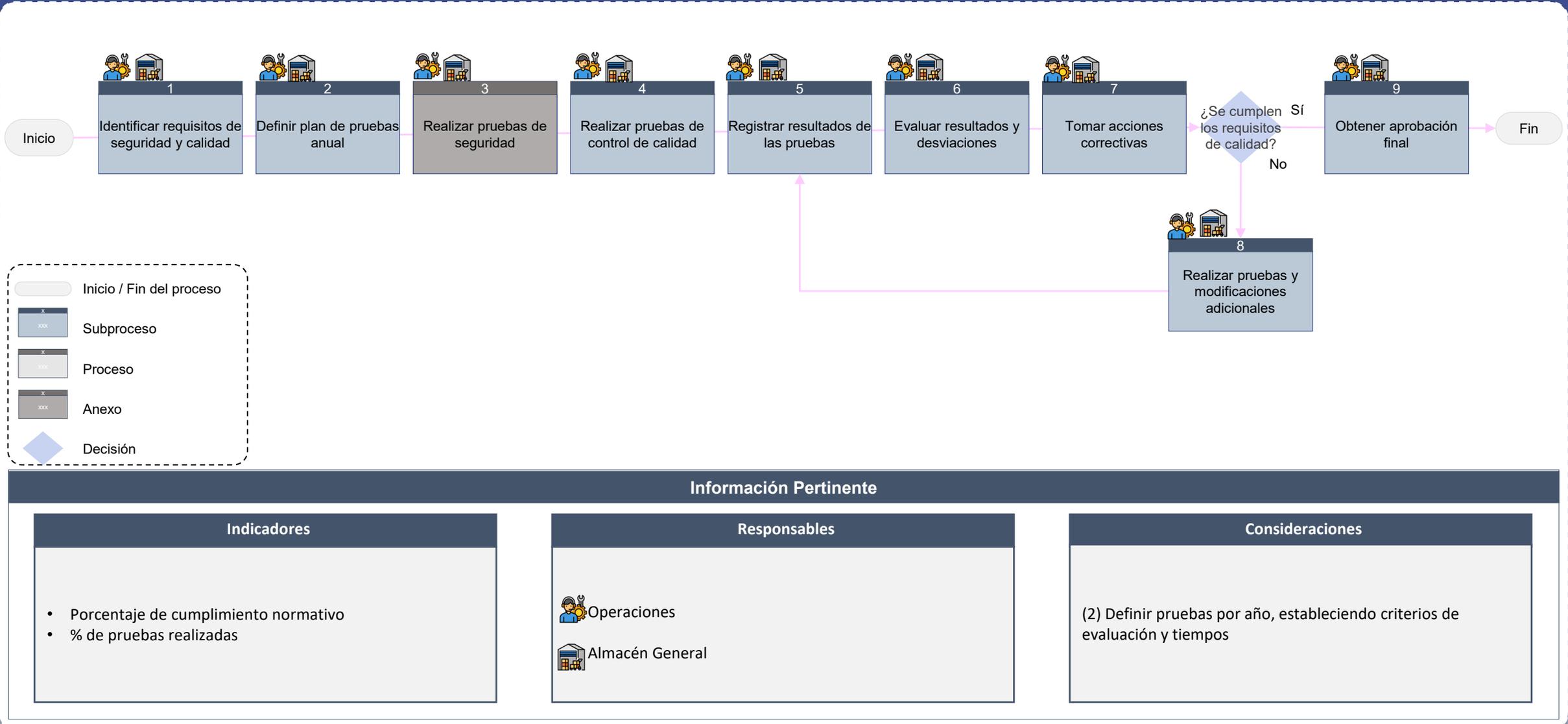
### PROCESOS

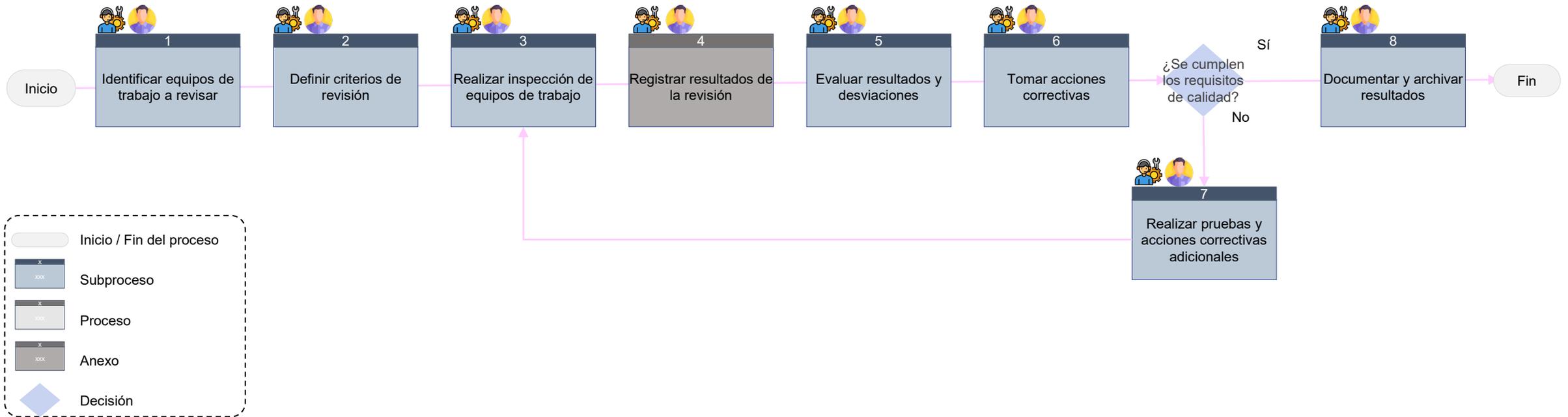
2.1 Gestión de Producto

2.2 Gestión de Unidades Vehiculares

2.3 Seguridad







### Información Pertinente

#### Indicadores

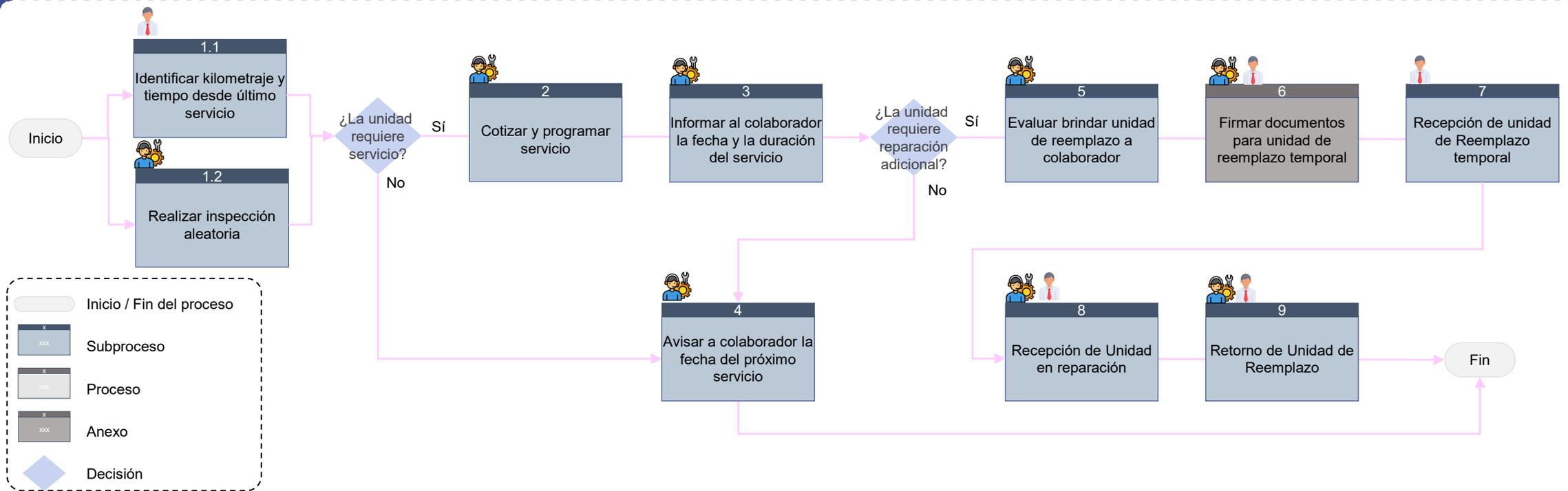
- Porcentaje de cumplimiento de normativas y regulaciones

#### Responsables

- Operaciones
- Responsable Sergin

#### Consideraciones

- (1) Definir revisiones por año, estableciendo criterios de evaluación y tiempos
- (2) Compartir resultados a encargado de Recursos Humanos

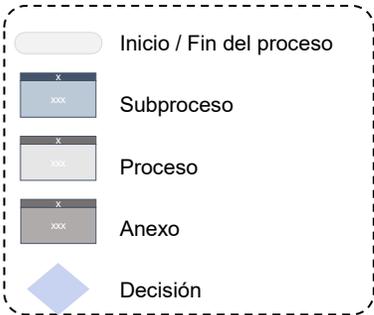
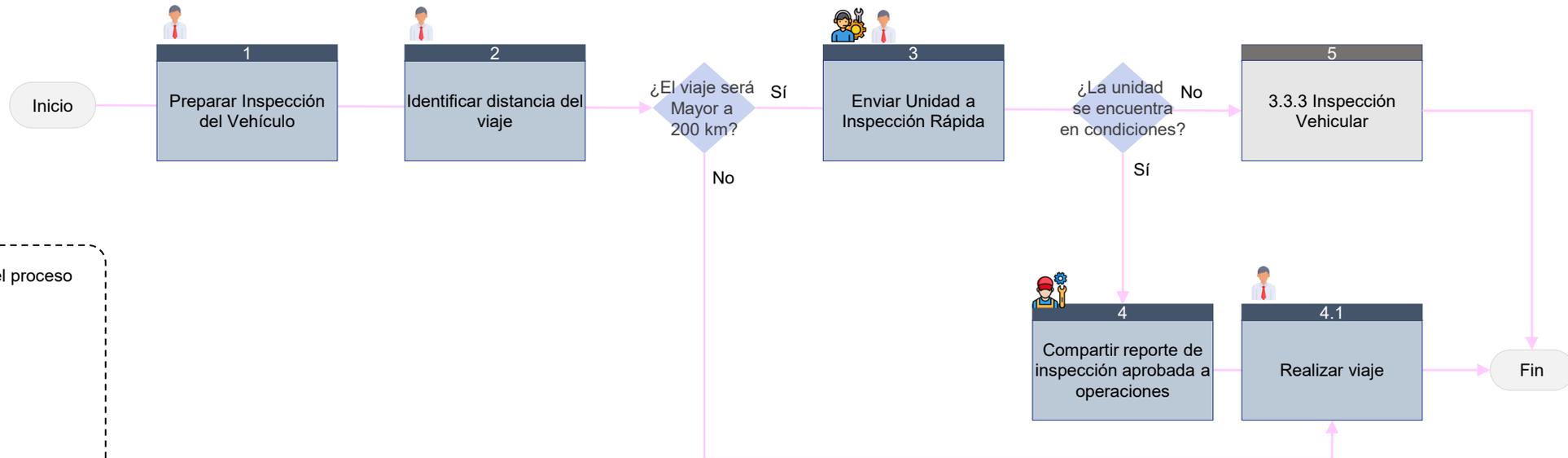


### Información Pertinente

Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>Costo total de reparaciones</li> </ul>

Responsables
<ul style="list-style-type: none"> <li>Operaciones</li> <li>Colaborador</li> </ul>

Consideraciones
<p>(1.1) Cada fin de semana enviar kilometraje a Gte. De Operaciones vía WhatsApp</p> <p>(1.2) Revisión esporádica de las unidades, buscando elementos no reportados por el colaborador</p> <p>(5) Unidades de Servicios y Técnicos</p> <p>(9) Firmar de entregado</p>



### Información Pertinente

#### Indicadores

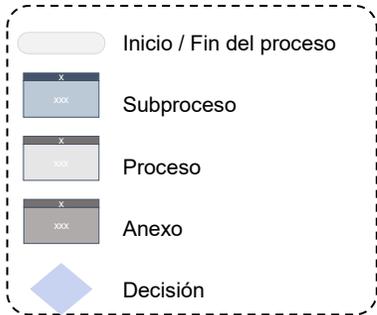
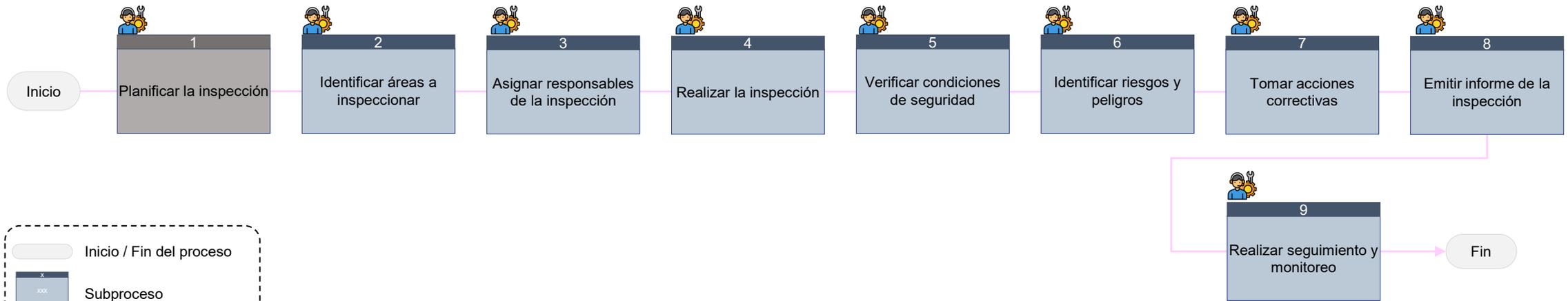
- Porcentaje de inspecciones realizadas

#### Responsables

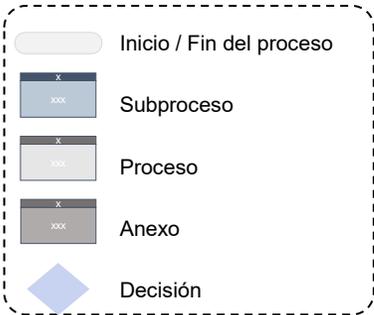
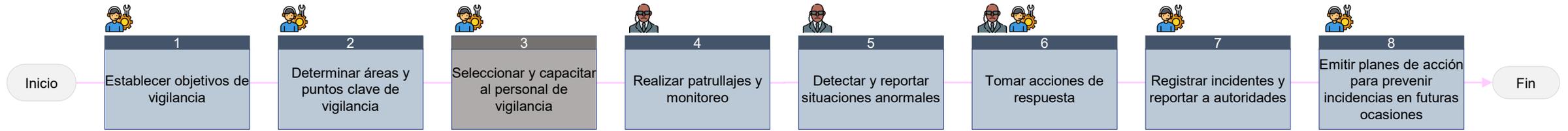
- Operaciones
- Colaborador
- Taller

#### Consideraciones

- (3) Realizar la inspección en los talleres asociados
- (4) La cotización llega por medio de correo electrónico a Gte. de operaciones



Información Pertinente		
<b>Indicadores</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Porcentaje de cumplimiento de condiciones de seguridad</li></ul>	<b>Responsables</b> Operaciones	<b>Consideraciones</b> (1) Definir inspecciones por año, estableciendo criterios de evaluación y tiempos (8) Compartir resultados a encargado de Recursos Humanos



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Porcentaje de inspecciones de seguridad cumplidas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Operaciones</li><li>Vigilante</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>(5) Comunicar situación a Responsable de Operaciones y Agencia/Proveedor de Seguridad</li><li>(6) En caso de evento grave informar a Dirección General</li></ul>

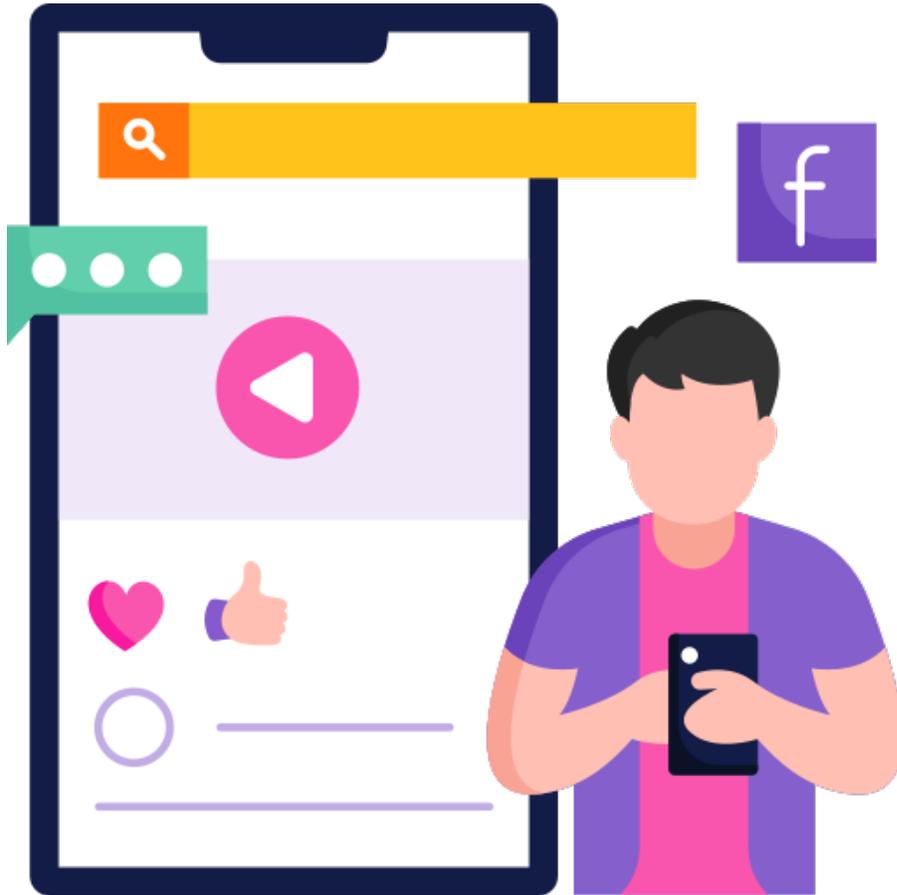
# Definición & Gestión de Indicadores

Seguridad



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Pruebas de control de calidad	Porcentaje de cumplimiento normativo	Asegurar que se cumplan los estándares y requisitos normativos relacionados con la seguridad en la empresa	$\frac{(\text{Número de pruebas cumpliendo criterios}}{\text{Número total de pruebas realizadas}}) * 100$	%	Semestral
	% de pruebas realizadas	Evaluar y monitorear el grado de cumplimiento en la realización de las pruebas de control de calidad	$\frac{(\text{Número de pruebas realizadas}}{\text{Número total de pruebas planificadas}}) * 100$	%	Semestral
Revisión de Equipos de Trabajo	% de cumplimiento de normativas y regulaciones	Evaluar y monitorear el nivel de conformidad con las normas y regulaciones en materia de seguridad laboral	$\frac{(\text{Número de equipos que cumplen con los requisitos}}{\text{Número total de equipos revisados}}) * 100$	%	Semestral
Inspección Vehicular	Costo total de reparaciones	Garantizar la seguridad de los vehículos y optimizar los recursos disponibles	Suma de todos los costos de reparaciones durante un periodo determinado	\$	Anual
Inspección Vehicular Previa a Viaje	% de inspecciones realizadas	Garantizar la seguridad y el funcionamiento adecuado de los vehículos antes de emprender un viaje.	$\frac{(\text{Inspecciones realizadas}}{\text{Inspecciones programadas}}) * 100$	%	Cuando ocurra
Inspección Áreas de trabajo	% de cumplimiento de condiciones de seguridad	Garantizar la seguridad de los trabajadores, cumplir con las normativas legales y promover la cultura de seguridad en la organización	$\frac{(\text{Número de criterios cumplidos}}{\text{Número total de criterios}}) * 100$	%	Mensual
Vigilancia	% de inspecciones de seguridad cumplidas	Evaluar continuamente el cumplimiento de las inspecciones de seguridad y tomar acciones correctivas en caso necesario	$\frac{(\text{Inspecciones cumplidas}}{\text{Inspecciones programadas}}) * 100$	%	Semanal

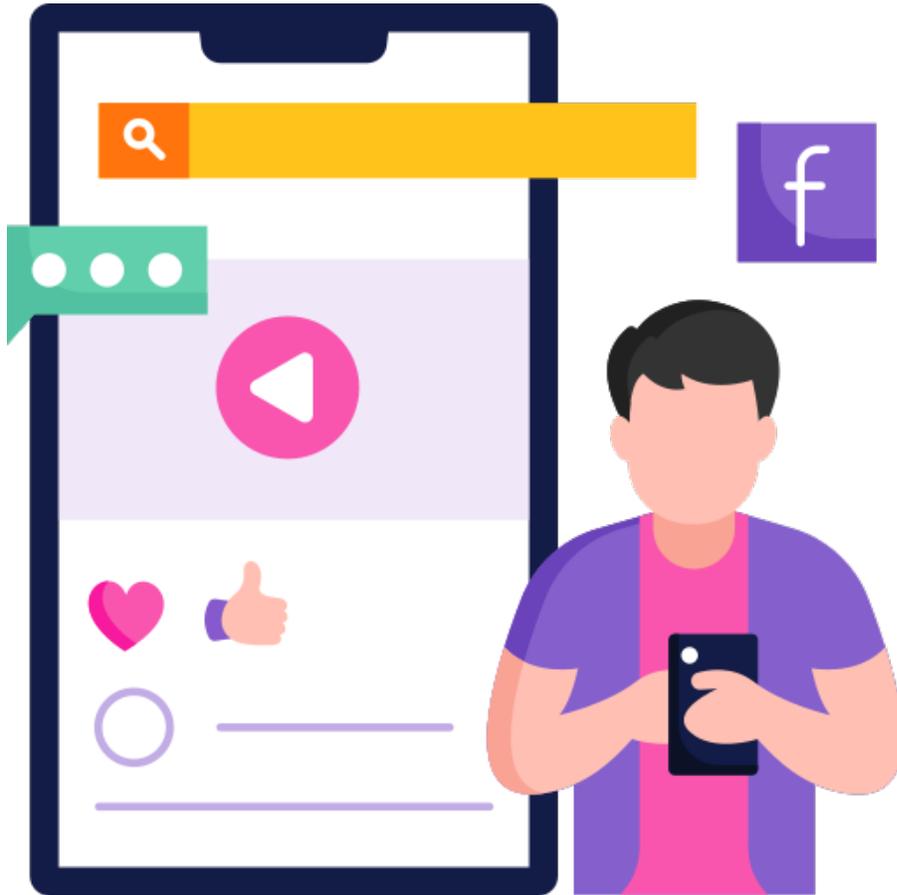


## PROCESOS

**3.1 Gestión de la Estrategia Externa**

**3.2 Gestión de la Estrategia Interna**





## PROCESOS

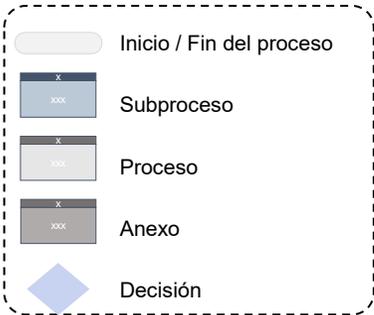
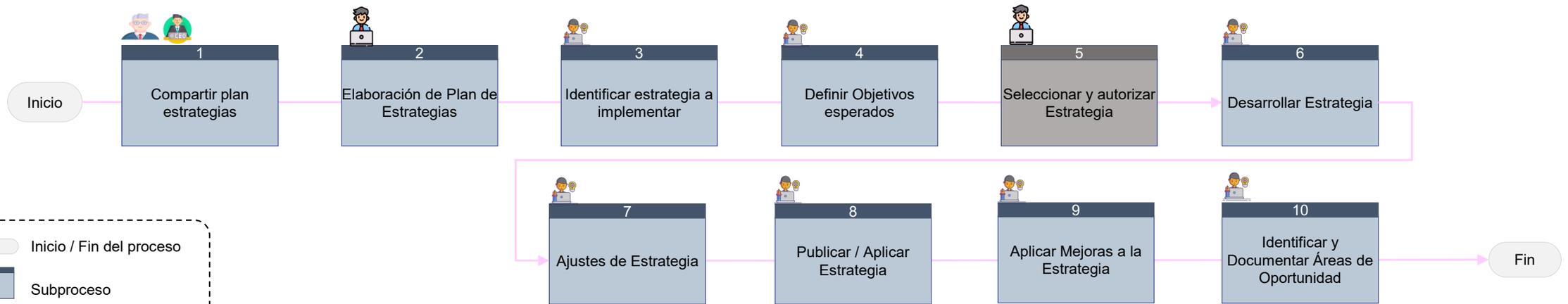
**3.1 Gestión de la Estrategia Externa**

**3.2 Gestión de la Estrategia Interna**



# Gestión de la Estrategia Externa

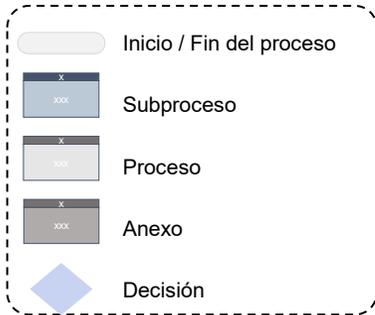
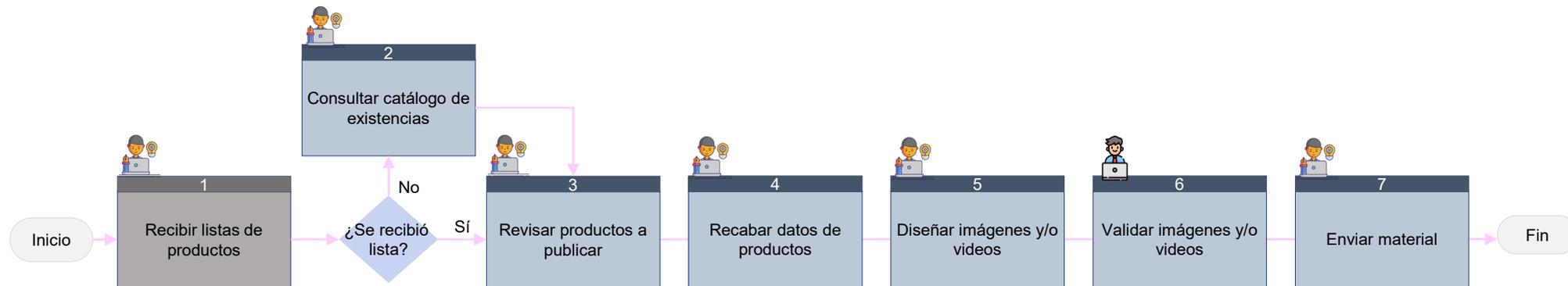
## 3.1.1 Gestión de Estrategias Externas - Predictivo



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento al Plan de Trabajo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñador Marketing</li> <li>Responsable de Marketing</li> <li>Dirección General</li> <li>Gerente de Unidad de Negocio</li> </ul>	<p>(1)(2) Se debe compartir un plan anual, posteriormente hacer una actualización en cada semestre y trimestre</p> <p>(3) Estrategias de Difusión: Generación de Contenido de WhatsApp, Publicación de Imágenes y Videos</p> <p>(3) Atracción de Clientes: Encuestas Satisfacción del Cliente, Gestión de Reviews y Redes, Penetración de Mercado, Relaciones Públicas, Lona Promocional</p>

# Gestión de la Estrategia Externa

## 3.1.2 Generación de contenido de WhatsApp



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Publicaciones generadas semanalmente

#### Responsables

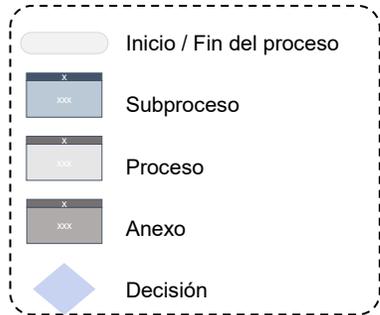
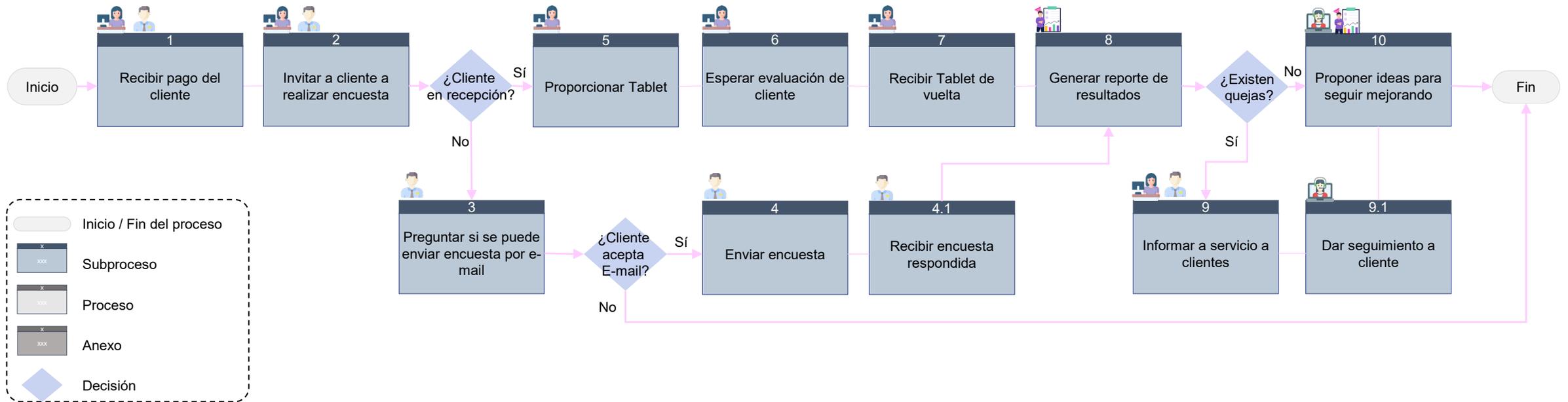
- Diseñador Marketing
- Responsable de Marketing

#### Consideraciones

- (1) Recibir listas de cada gerente de unidad de negocio a los que se les realizan estados para whatsapp (Velyen, RG Tools, Mikel's, Motto 100, RG México)
- (7) El material terminado se debe enviar a gerentes de unidad de negocios

# Gestión de la Estrategia Externa

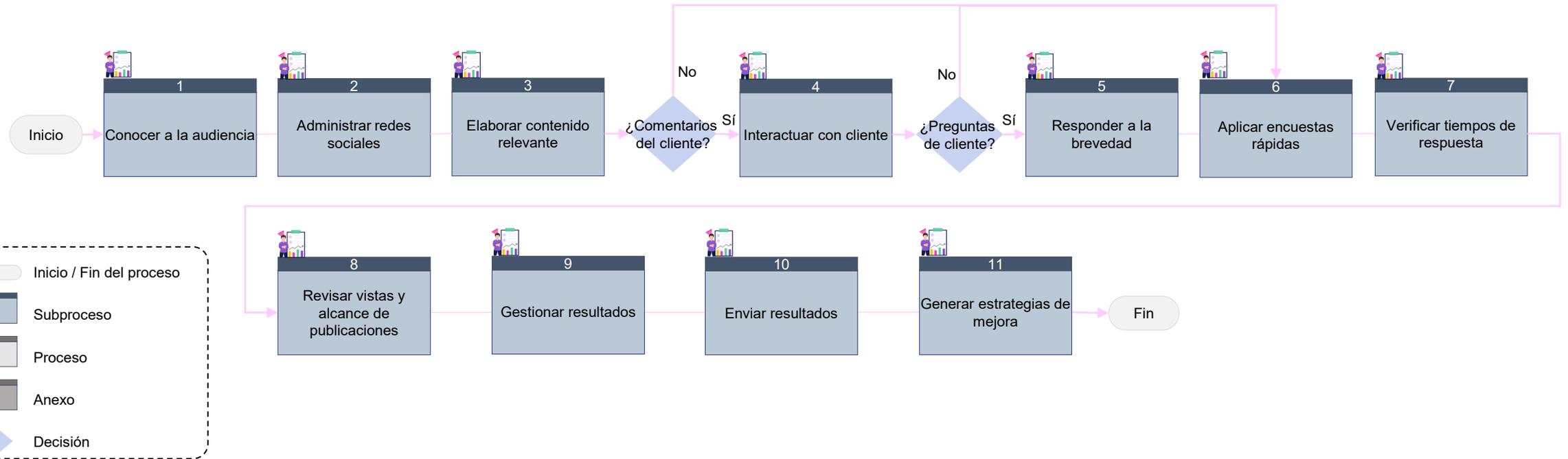
## 3.1.3 Encuestas Satisfacción del Cliente



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiempo de Generación de Reportes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recepcionista</li> <li>Comunicación Marketing</li> <li>Servicio al cliente</li> <li>Asesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(4) Enviar encuesta a través de plataforma definida por marketing</li> </ul>

# Gestión de la Estrategia Externa

## 3.1.4 Gestión de Reviews y Redes



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tasa de Respuesta a Reviews
- Número de seguidores

#### Responsables

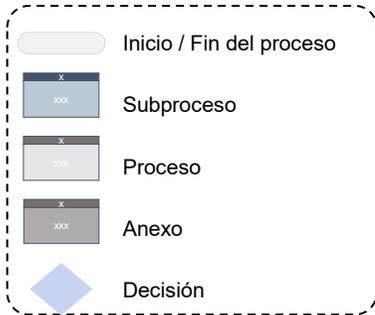
 Comunicación Marketing

#### Consideraciones

- (2) Facebook, Instagram, Whatsapp y Chatbot
- (10) Enviar resultados a Servicio al cliente
- (11) Unificar ideas entre servicio al cliente y marketing para generas nuevas estrategias y seguir mejorando

# Gestión de la Estrategia Externa

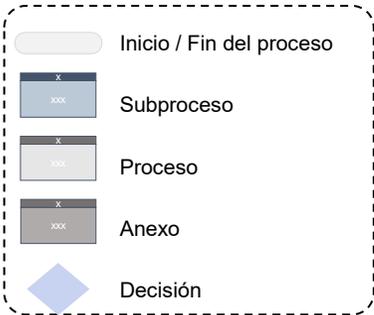
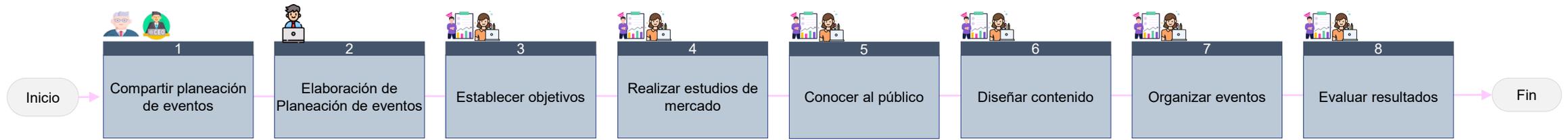
## 3.1.5 Penetración de Mercado



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Aumento del Tráfico del Sitio Web</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Comunicación Marketing</li><li>Publicidad Marketing</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>(4) Crear estrategias para alcanzar objetivos planificados</li><li>(5) Incluir información interesante y útil</li></ul>

# Gestión de la Estrategia Externa

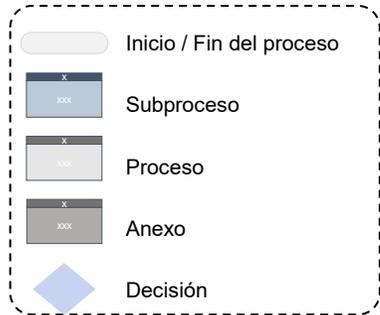
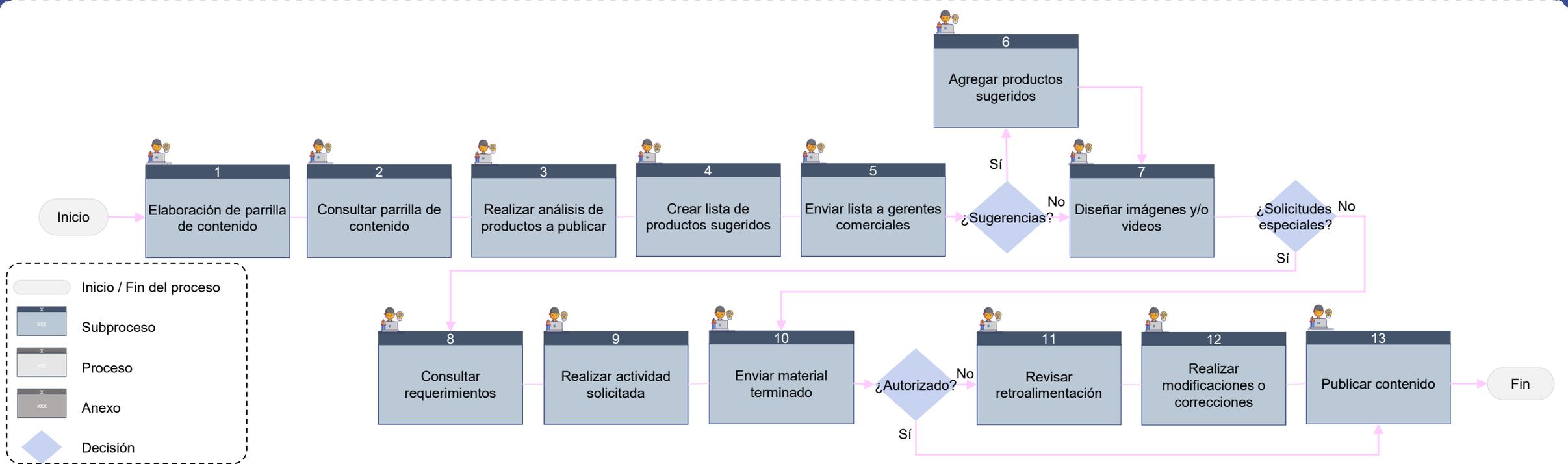
## 3.1.6 Relaciones Públicas



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Alcance de las Redes Sociales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Comunicación Marketing</li><li>Publicidad Marketing</li><li>Gerentes</li><li>Dirección General</li></ul>	<p>(1)(2) Se debe compartir un plan anual, posteriormente hacer una actualización en cada semestre y trimestre</p> <p>(6) Evaluar y documentar en bitácora de resultados</p>

# Gestión de la Estrategia Externa

## 3.1.7 Publicación de Imágenes y Videos



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de visualizaciones de publicaciones</li> <li>Interacciones por post en redes sociales</li> </ul>	Diseñador Marketing	(1) Para su elaboración se debe consultar y alinear con el plan de estrategias (Anual, semestral, trimestral) (9) Preguntar a gerente comercial indicaciones a detalle de la solicitud especial para no cometer errores en la publicidad de los productos o equipos

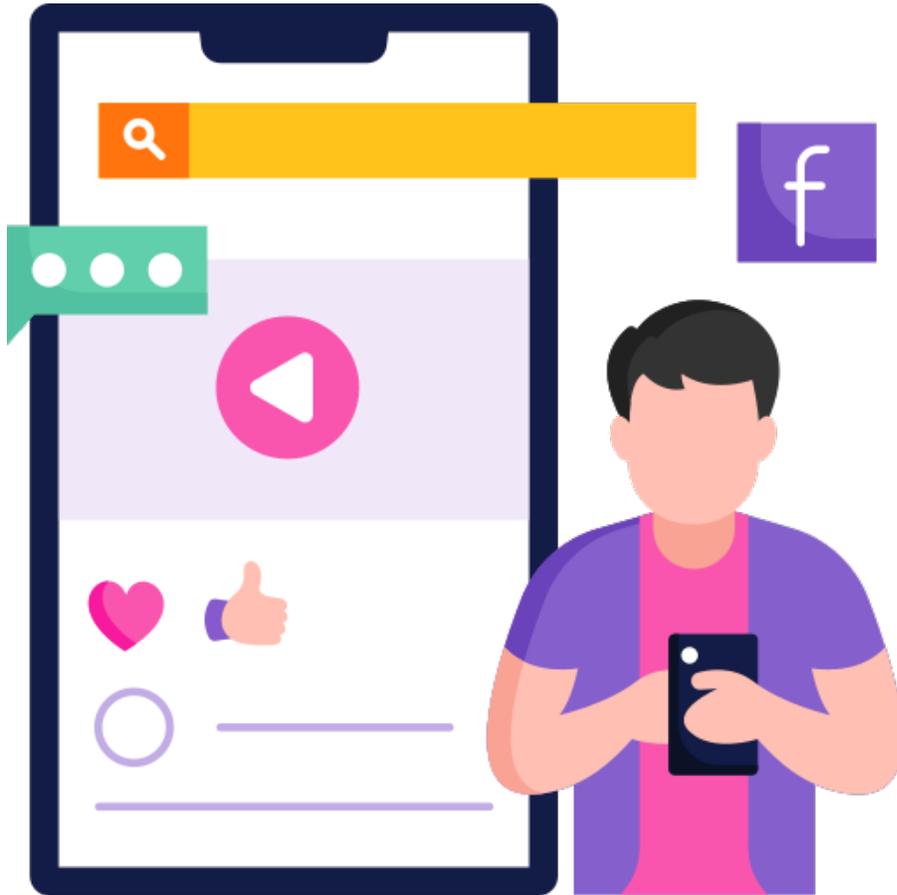
# Definición & Gestión de Indicadores

## Gestión de la Estrategia Externa



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Gestión de Estrategias Externas - Predictivo	Cumplimiento al Plan de Trabajo	Evaluar en qué medida se están alcanzando los objetivos y metas establecidos en el plan de trabajo de la empresa en relación con las estrategias externas predictivas	$\frac{\text{Actividades completadas}}{\text{Total de actividades planificadas}} \times 100$	Imágenes	Semanal
Generación de contenido de WhatsApp	Publicaciones generadas semanalmente	Evaluar la consistencia y la frecuencia con la que se están creando y compartiendo nuevas publicaciones	Número total de publicaciones semanales	Imágenes	Semanal
Encuestas Satisfacción del Cliente	Tiempo de Generación de Reportes	Medir el tiempo promedio que lleva generar los reportes de resultados de las encuestas	$\frac{\text{Tiempo total empleado en la generación de reportes}}{\text{Número total de reportes generados}} \times 100$	%	Mensual
Gestión de Reviews y Redes	Tasa de Respuesta a Reviews	Medir el porcentaje de reseñas a las que se ha respondido	$\frac{\text{No. de respuestas a reviews}}{\text{No. total de reviews recibidos}} * 100$	%	Mensual
	Número de seguidores	Evaluar el crecimiento y relevancia de la presencia de la empresa en redes.	$\frac{\text{Número de comentarios negativos}}{\text{Total de comentarios}} * 100$	%	Mensual
Penetración de Mercado	Aumento del Tráfico del Sitio Web	Medir el aumento en el tráfico del sitio web como resultado de las actividades de marketing	$\frac{(\text{Número de clientes actuales} - \text{Tamaño total del mercado})}{\text{Tamaño total del mercado}} * 100$	%	Mensual
Relaciones Públicas	Alcance de las Redes Sociales	Medir el alcance y la visibilidad de las actividades de RP en las redes sociales, incluyendo el número de seguidores, las impresiones y las menciones en redes sociales.	$\frac{(\text{No. de enteraciones sociales}}{\text{No. total de seguidores}}) * 100$	%	Trimestral
Publicación de imágenes y videos	Número de visualizaciones de publicaciones	Evaluar el alcance y la visibilidad del contenido de la empresa frente a su audiencia objetivo	Total de visualizaciones en determinado periodo	Visualizaciones	Mensual
	Interacciones por post en redes sociales	Identificar el tipo de contenido que resuena mejor con la audiencia de la empresa y qué elementos específicos generar mayor participación	$\frac{(\text{Total de interacciones}}{\text{Total de post})}$	Interacciones	Mensual



## PROCESOS

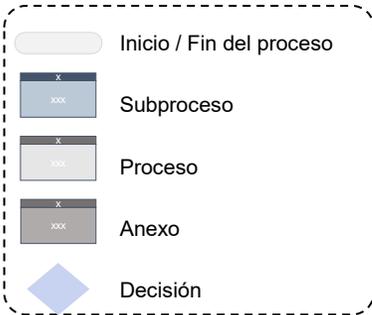
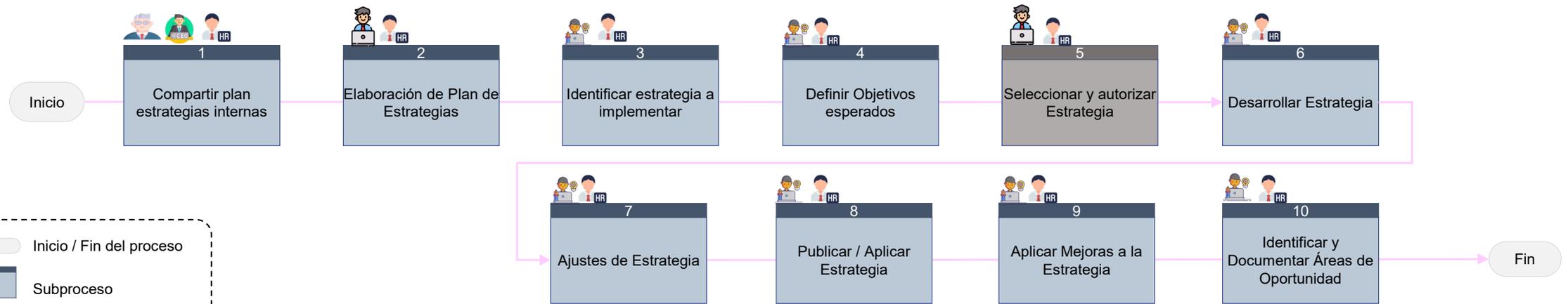
3.1 Gestión de la Estrategia Externa

3.2 Gestión de la Estrategia Interna



# Gestión de la Estrategia Interna

## 3.2.1 Gestión de estrategias Internas - Predictivo

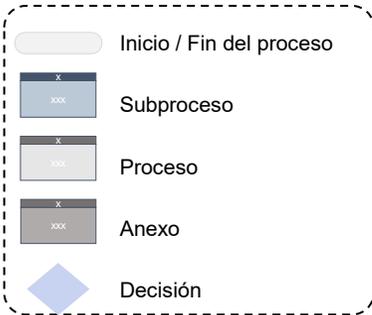
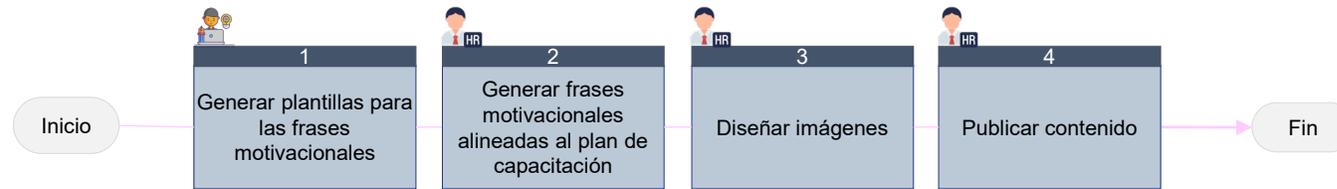


### Información Pertinente

Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento al Plan de Trabajo</li> </ul>

Responsables	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñador Marketing</li> <li>Responsable de Marketing</li> <li>Dirección General</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente de Unidad de Negocio</li> <li>Recursos Humanos</li> </ul>

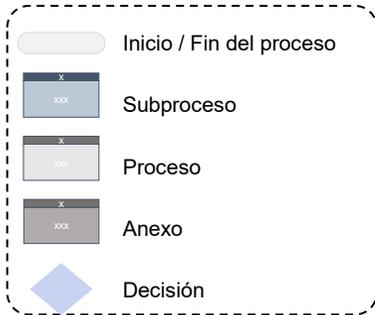
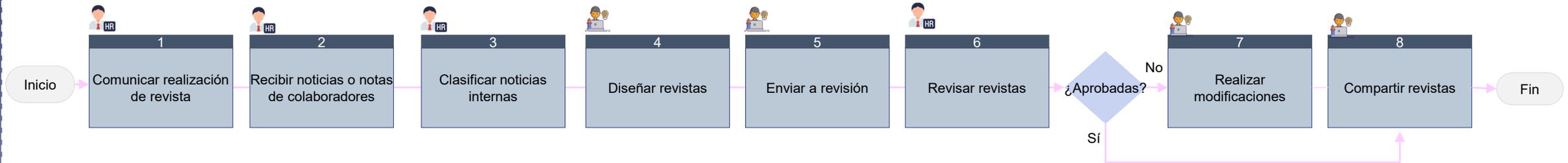
Consideraciones
(1) Compartir estrategias a nivel anual, actualizar cada trimestre y semestre (1) y (3) Comunicación Interna, Frases Motivacionales, Tips, Revista.



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>NPS Interno</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Diseñador Marketing</li><li>Recursos Humanos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>(1) Generar cada inicio de trimestre 6 plantillas para la creación de frases motivacionales.</li><li>(1) Crear una identidad coherente para la compañía.</li><li>(4) Establecer un calendario de comunicación.</li></ul>

# Gestión de la Estrategia Interna

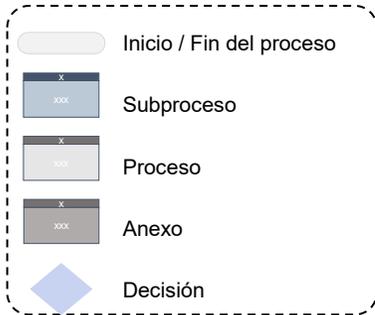
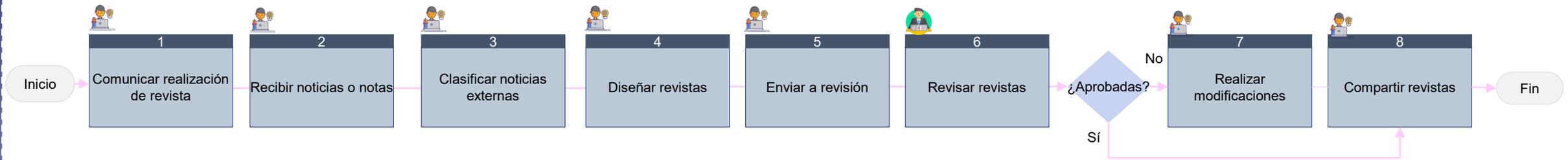
## 3.2.3 Comunicación Interna (Revista interna)



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>NPS Interno</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Diseño Marketing</li><li>Dirección general (Informado)</li><li>Recursos Humanos</li></ul>	<p>(4) La recepción de las noticias será del día 1 del quincena a 12 de la quincena en curso. En caso de la 2da quincena serán los días 16 al 27.</p>

# Gestión de la Estrategia Interna

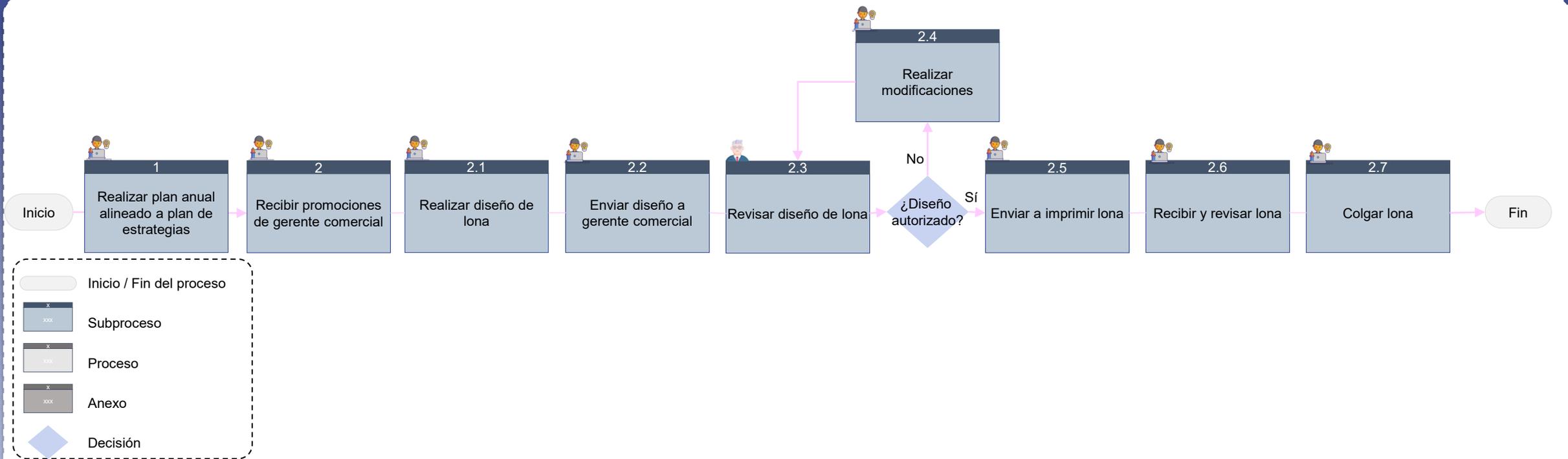
## 3.2.4 Comunicación Interna (Revista Externa)



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>NPS Interno</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Diseño Marketing</li><li>Dirección general</li></ul>	<p>(4) La recepción de las noticias será del día 1 al 27 del mes en curso.</p>

# Gestión de la Estrategia Interna

## 3.2.5 Comunicación externa (Lona promocional)



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Número de personas atraídas por publicidad física

#### Responsables

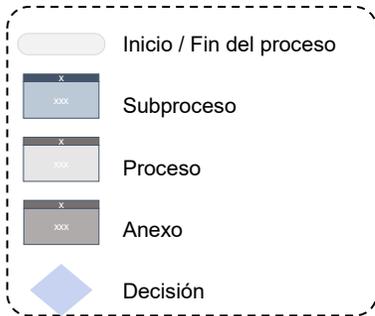
- Diseño Marketing
- Dirección general (Informado)
- Gerente de unidad de negocio o gerente comercial

#### Consideraciones

- (2) Para recepción de promociones es el día 15 de cada mes.
- (2.4) El gerente comercial tiene 3 días para generar correcciones en las lonas publicitarias si no responde en 3 días se dará como validado.

# Gestión de la Estrategia Interna

## 3.2.6 Segmentación de Mercado



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Nivel de satisfacción del cliente (NPS)
- Tasa de conversión de prospectos

#### Responsables

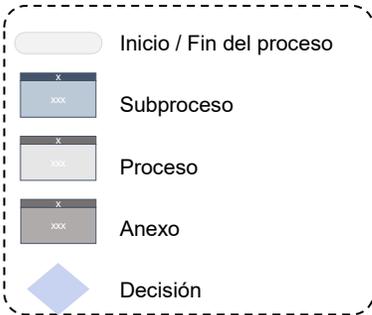
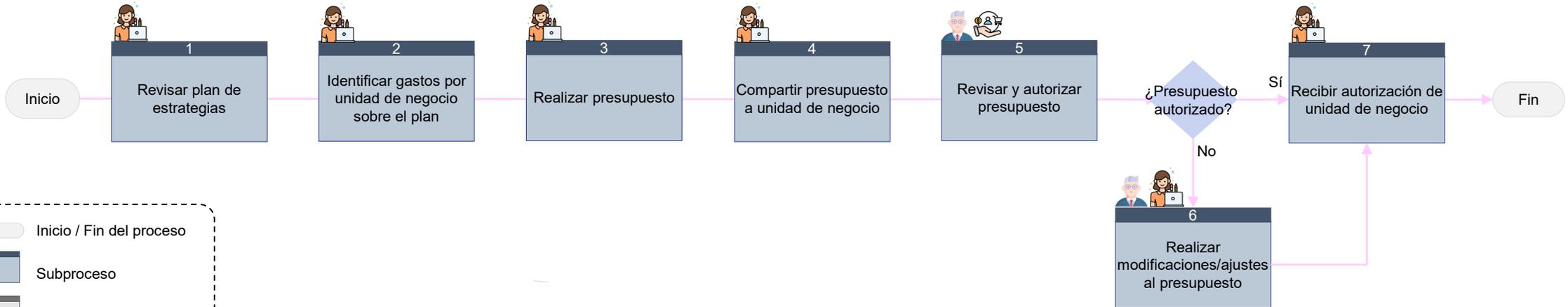
- Comunicación Marketing
- Publicidad Marketing

#### Consideraciones

(1) Tomar los criterios de segmentación siguientes: sociales, geográficos, demográficos, económicos, sociales, estilo de vida, etc

# Gestión de la Estrategia Interna

## 3.2.7 Presupuesto de MKT por Unidad de Negocio



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Total de ingresos por unidad de negocio
- ROI por unidad de negocio

#### Responsables

- Responsable Marketing
- Gerente de unidad de negocio o gerente comercial
- Gerente de Finanzas

#### Consideraciones

(3) Identificar que acciones implican costos

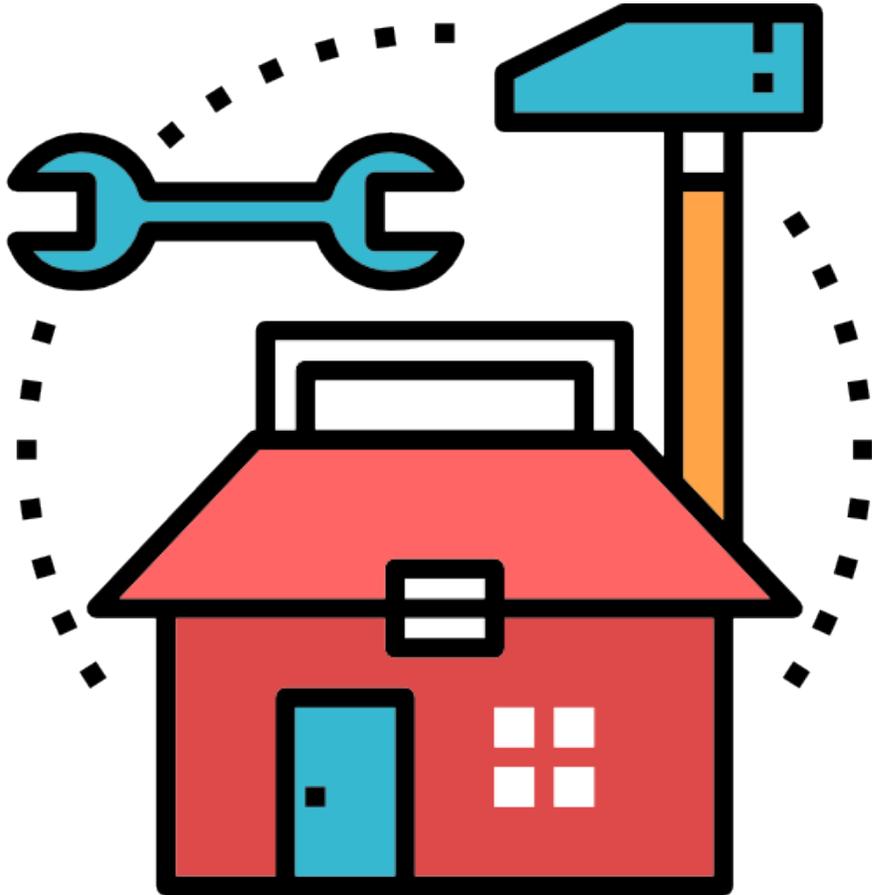
# Definición & Gestión de Indicadores

## Gestión de la Estrategia Interna



### KPI's

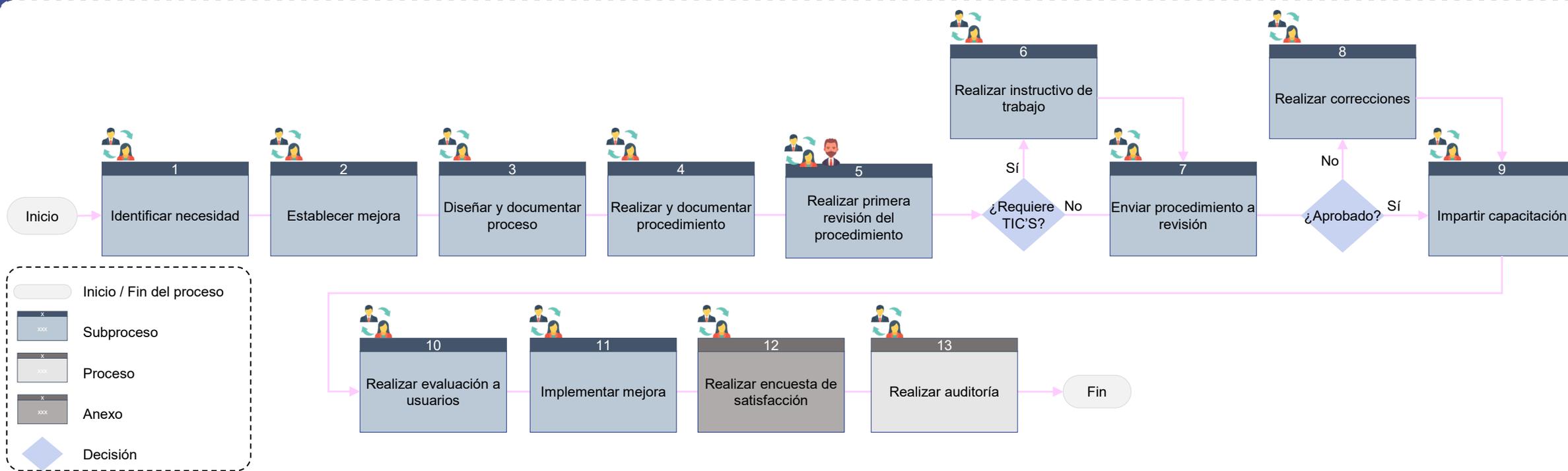
Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Gestión de estrategias Internas - Predictivo	Cumplimiento al plan de trabajo	Identificar áreas de mejora, promover el compromiso y retención de los empleados en la empresa	$\frac{\text{Empleados satisfechos}}{\text{Total de empleados encuestados}} * 100$	%	Semestral
Frases motivacionales	NPS Interno	Identificar áreas de mejora, promover el compromiso y retención de los empleados en la empresa	$\frac{\text{Empleados satisfechos}}{\text{Total de empleados encuestados}} * 100$	%	Semestral
Revista Interna	NPS Interno	Identificar áreas de mejora, promover el compromiso y retención de los empleados en la empresa	$\frac{\text{Empleados satisfechos}}{\text{Total de empleados encuestados}} * 100$	%	Semestral
Revista Externa	NPS	Identificar áreas de mejora, promover el compromiso y retención de los clientes en la empresa	$\frac{\text{Clientes satisfechos}}{\text{Total de clientes encuestados}} * 100$	%	Semestral
Lona promocional	Número de personas atraídas por publicidad física	Obtener una medida cuantitativa de la visibilidad y el alcance de los anuncios en espacios físicos	Cantidad total clientes adquiridos por publicidad de lona	%	Semestral
Segmentación de mercado	NPS	Obtener información valiosa sobre la lealtad y la satisfacción de los clientes	% de promotores – % de detractores	NPS	Trimestral
	Tasa de conversión de prospectos	Evaluar la eficacia de esfuerzos de prospección y como se están convirtiendo los prospectos en clientes reales	$\frac{(\text{Número de prospectos convertidos en clientes})}{\text{Número total de prospectos}} * 100$	%	Semanal
Presupuesto por unidad de negocio	Total de ingresos por unidad de negocio	Evaluar el desempeño financiero de cada BU en relación con los ingresos proyectados en el presupuesto	$\frac{(\text{Total de ingresos reales por BU})}{\text{Presupuesto total por unidad de negocio}} * 100$	%	Anual
	ROI por unidad de negocio	Evaluar la rentabilidad de cada unidad de negocio en relación con los recursos financieros invertidos	$\frac{(\text{Beneficio neto})}{\text{Inversión}} * 100$	%	Anual



## PROCESOS

### 4.1 Gestión de Procesos





### Información Pertinente

#### Indicadores

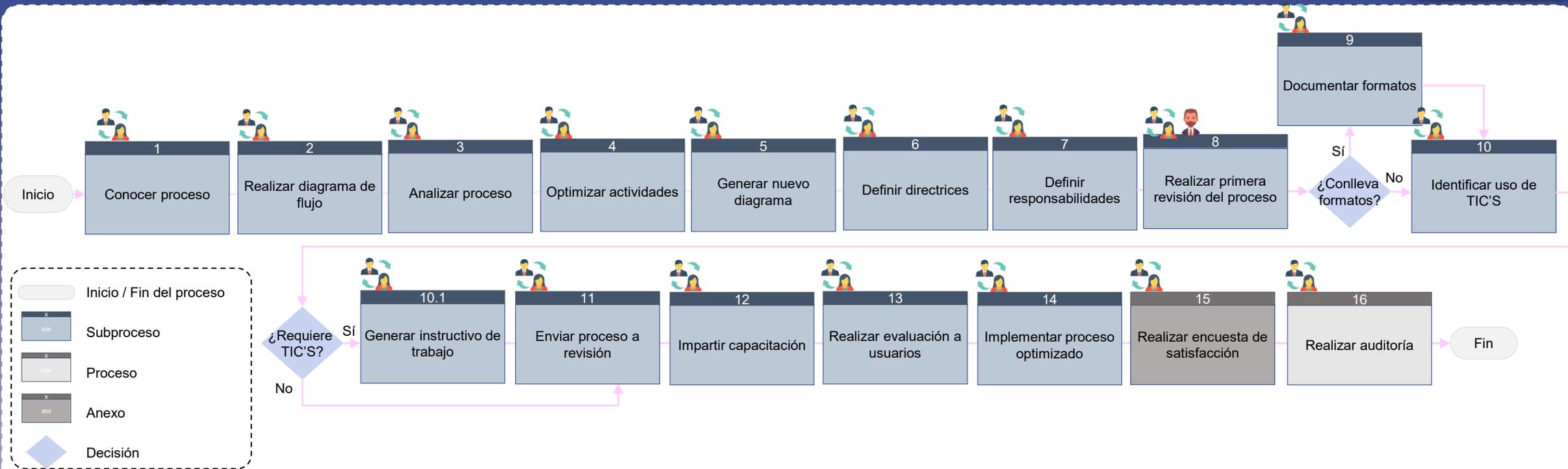
- Nivel de satisfacción del cliente (NPS).
- No. Total de tareas.

#### Responsables

- Analistas de procesos
- Gerente de MC

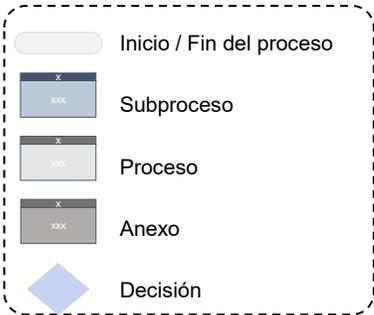
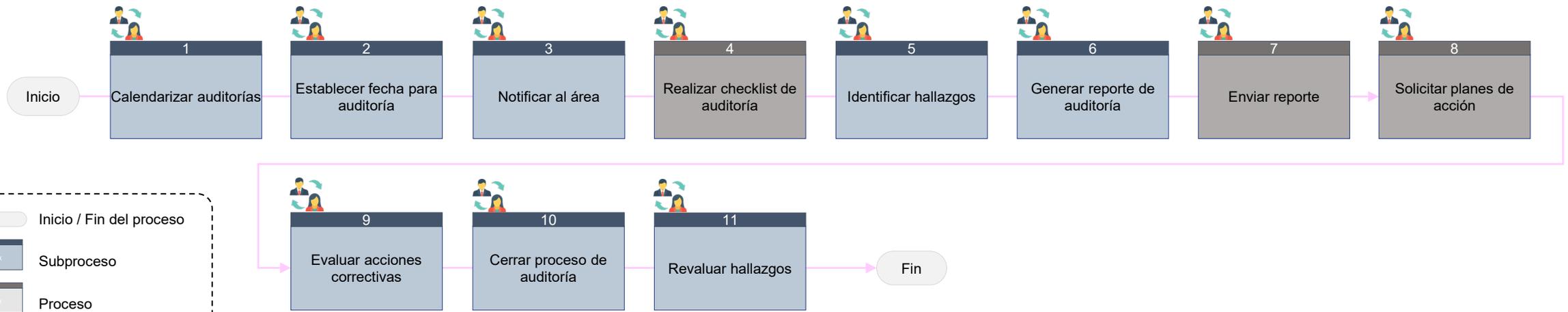
#### Consideraciones

TIC = Tecnología de la Información y la Comunicación  
 (5) La primera revisión se realiza junto con el Gerente de MC  
 (7) Se envía proceso a revisión al área correspondiente y posteriormente a Dirección General  
 (13) Consultar proceso para realizar auditoría  
 Consultar Manual de análisis de tarea para el caso de indicadores.

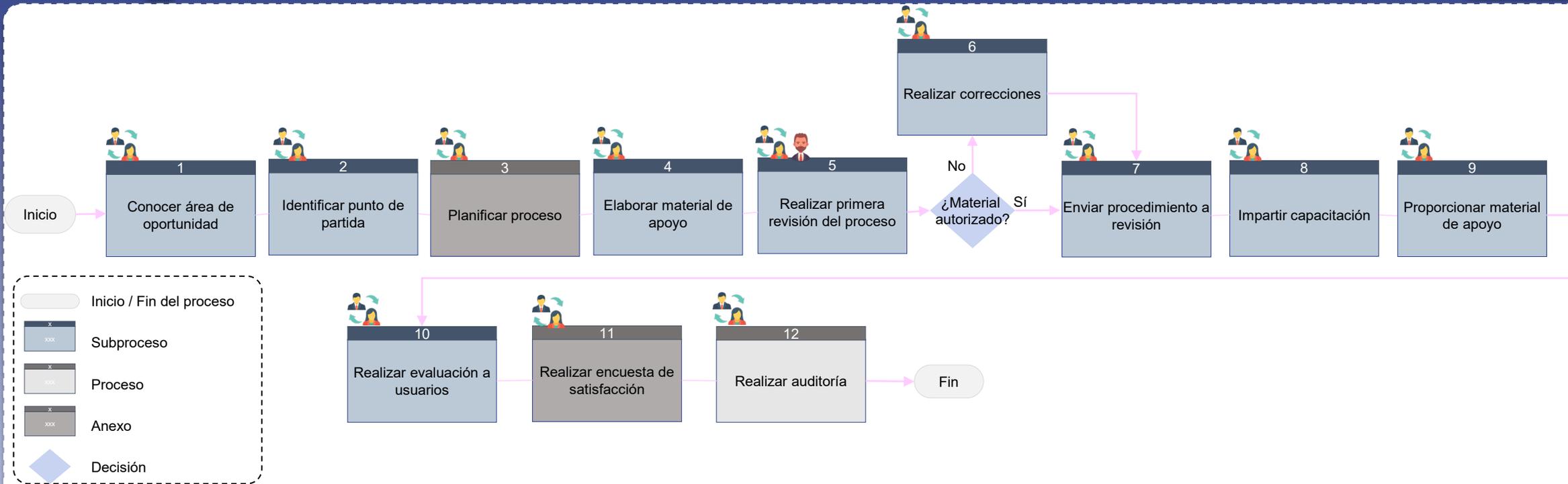


○ Inicio / Fin del proceso  
 ■ Subproceso  
 ■ Proceso  
 ■ Anexo  
 ◆ Decisión

Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel de satisfacción del cliente</li> <li>Número de reducción de errores o retrabajos</li> <li>% de apego a los procesos</li> <li>Beneficio por empleado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analistas de procesos</li> <li>Gerente de MC</li> </ul>	<p>TIC = Tecnología de la Información y la Comunicación</p> <p>(8) La primera revisión se realiza junto con el Gerente de MC</p> <p>(11) Se envía proceso a revisión al área correspondiente y posteriormente a Dirección General</p> <p>(16) Consultar proceso para realizar auditoría</p>



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Porcentaje de procesos auditados</li> </ul>	Analistas de Procesos	<p>(3) Avisar al área con 2 semanas de antelación que se le realizará una auditoría</p> <p>(7) Enviar reporte de los hallazgos al área auditada</p>



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Nivel de satisfacción del cliente interno
- Porcentaje de eficiencia operativa

#### Responsables

- Analistas de procesos
- Gerente de MC

#### Consideraciones

- (3) Elaborar plan de trabajo
- (5) La primera revisión se realiza junto con el Gerente de MC
- (7) Se envía proceso a revisión al área correspondiente y posteriormente a Dirección General
- (8) Enviar material a usuarios
- (9) Consultar proceso para realizar auditoría

# Definición & Gestión de Indicadores

Mejora Continua



## KPI's

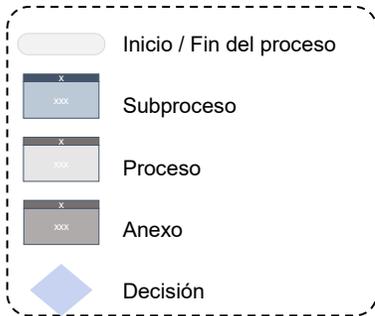
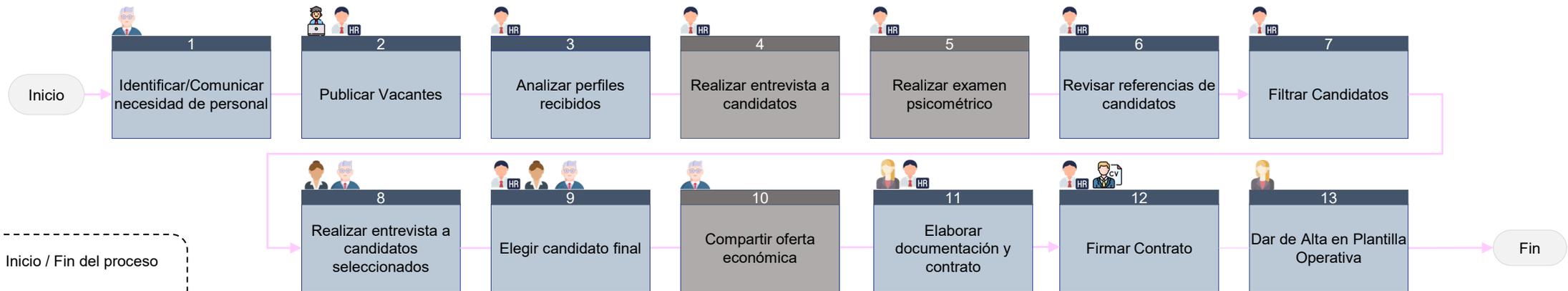
Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Implementación de Mejoras	NPS	Obtener información valiosa sobre la lealtad y la satisfacción de los clientes	% de promotores – % de detractores	NPS	Trimestral
Sistematización de Procesos	NPS	Obtener información valiosa sobre la lealtad y la satisfacción de los clientes	% de promotores – % de detractores	NPS	Trimestral
	Número de reducción de errores	Identificar las áreas donde se ha logrado una mayor reducción de errores y aquellas que aun requieren mejoras	$\frac{((\# \text{ de errores en línea base} - \# \text{ de errores en proceso sistematizado}) * 100)}{\# \text{ de errores en línea base}}$	%	Trimestral
	% de apego a los procesos	Identificar las áreas de mejora y las acciones correctivas necesarias para aumentar el apego a los procesos	$\frac{(\text{Procesos que cumplen los criterios}}{\text{Total de procesos evaluados}} * 100$	%	Trimestral
	Beneficio por empleado	Identificar áreas donde se han obtenido mayores beneficios y área donde se pueden realizar mejoras adicionales	$\frac{(\text{Beneficios obtenidos}}{\text{Número total de empleados}}$	Beneficio	Trimestral
Proceso de Auditorías Internas	Porcentaje de procesos auditados	Evaluar la cobertura de la auditoría interna y determinar si se está alcanzando el objetivo deseado de auditar la totalidad de los procesos	$\frac{(\text{Procesos auditados}}{\text{Total de procesos definidos}} * 100$	%	Semestral
Gestionar Iniciativas	Nivel de satisfacción del cliente interno	Evaluar la satisfacción de los clientes con los servicios y procesos de gestión de almacén.	$\frac{(\text{Número de respuestas positivas}}{\text{Número total de respuestas}} * 100$	%	Semestral
	Porcentaje de eficiencia operativa	Evaluar el grado de éxito y efectividad de las acciones implementadas para mejorar la eficiencia operativa en la organización	$\frac{(\text{Resultados alcanzados}}{\text{Objetivos establecidos}} * 100$	%	Semestral



## PROCESOS

### 5.1 Gestión de Personal





### Información Pertinente

#### Indicadores

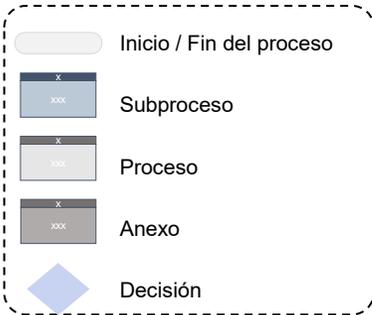
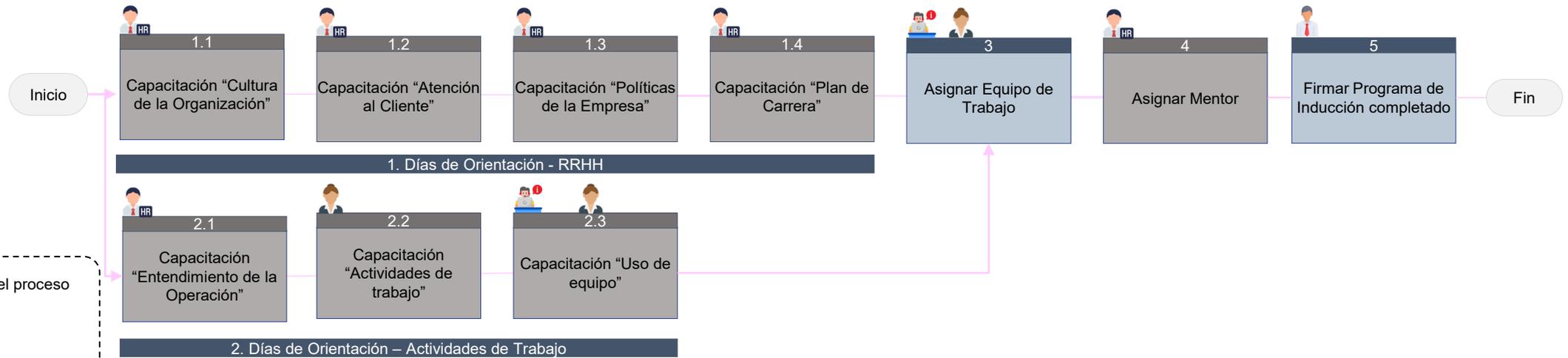
- Tiempo de contratación
- Tasa de abandono de solicitud

#### Responsables

- |                     |                |
|---------------------|----------------|
| Marketing           | Jefe Inmediato |
| Resp. de Nómina     | Gerente        |
| Resp. Reclutamiento | Candidato      |

#### Consideraciones

- (1) Compartir necesidades del candidato (automóvil, computadora, teléfono, etc.)
- (7) Selección de 2-3 candidatos
- (10) Se debe firmar la carta oferta por parte del candidato
- (11) Outsourcing: Responsable de Reclutamiento
- (11) Personal Interno: Responsable de Nómina



### Información Pertinente

#### Indicadores

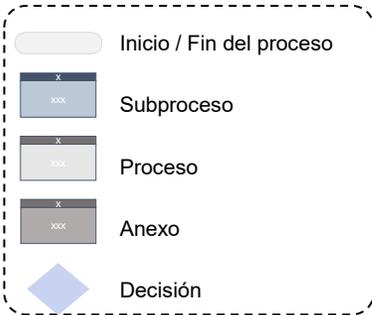
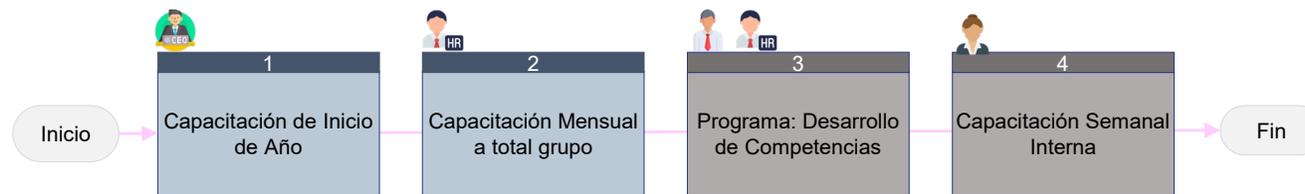
- Nivel de satisfacción del cliente interno

#### Responsables

- Resp. Reclutamiento
- Auxiliar de Sistemas
- Colaborador
- Jefe Inmediato

#### Consideraciones

- (1) De 1 a 2 días
- (2) De 2 a 4 días
- (2.3) Capacitación sobre los equipos asignados: Vehículo, Equipo de Cómputo, Celular, etc.
- (4) Programa de acompañamiento de 3 meses

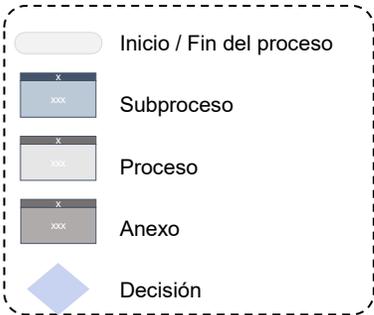
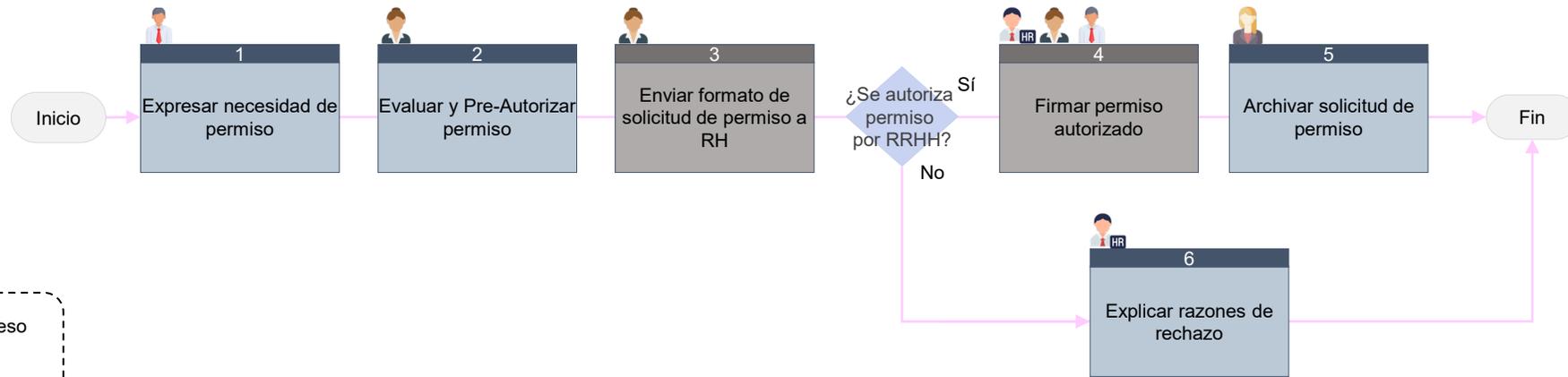


### Información Pertinente

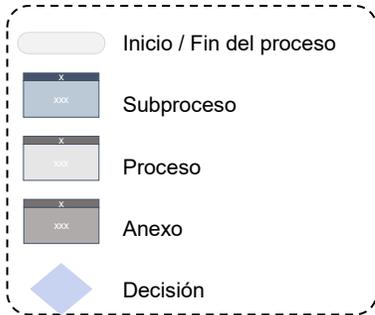
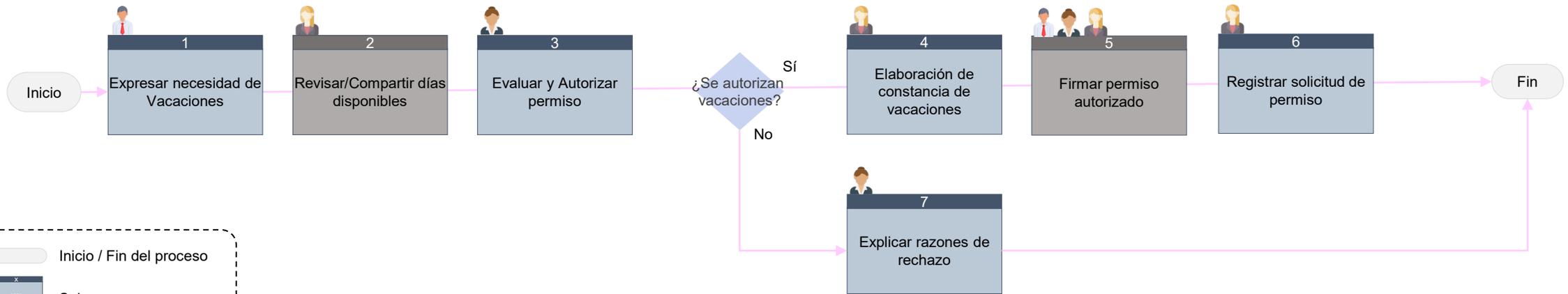
Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de capacitaciones</li> </ul>

Responsables	
Resp. Reclutamiento	Colaborador
Dirección General	Jefe inmediato

Consideraciones
(2) Armar plan de Trabajo Anual (3) Programa de desarrollo de competencias con área de oportunidad por colaborador (4) Plática de 20-30 minutos cada sábado en sesión interna de Jefes inmediatos



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Índice de aprobación</li> <li>Nivel de satisfacción del cliente interno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colaborador</li> <li>Jefe Inmediato</li> <li>Resp. Reclutamiento</li> <li>Resp. De Nómina</li> </ul>	<p>(2) En caso de requerir Goce de Sueldo, se debe fundamentar con RRHH la excepción al caso.</p>



### Información Pertinente

#### Indicadores

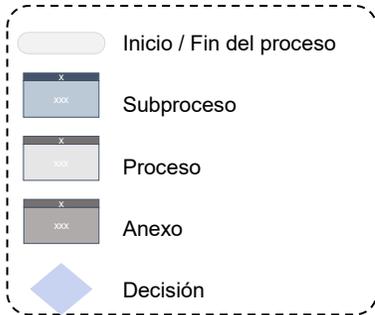
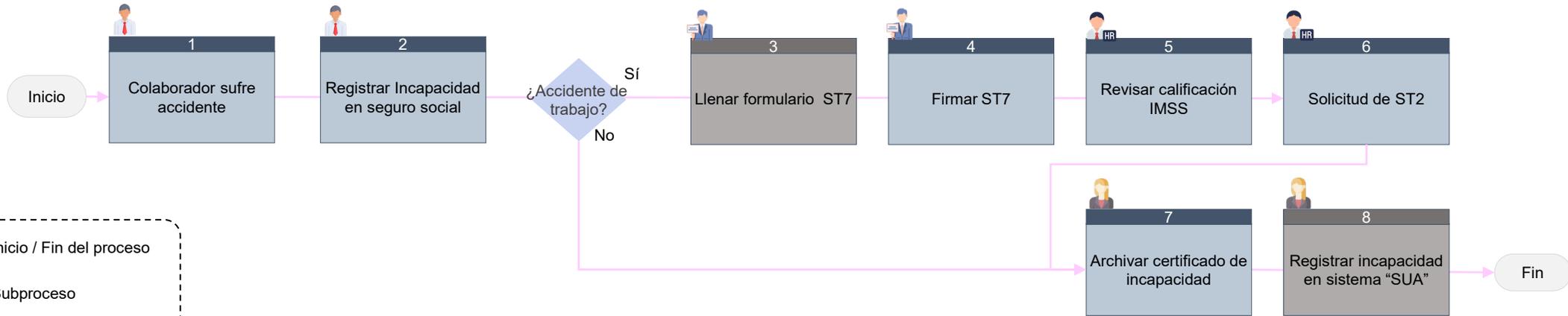
- Tiempo de respuesta
- Nivel de satisfacción del cliente interno

#### Responsables

- Colaborador
- Jefe Inmediato
- Resp. Reclutamiento
- Resp. Nómina

#### Consideraciones

- (2) Revisión de Formato "Días Disponibles"
- (4) Revisión de Formato "Solicitudes de Permisos"



### Información Pertinente

#### Indicadores

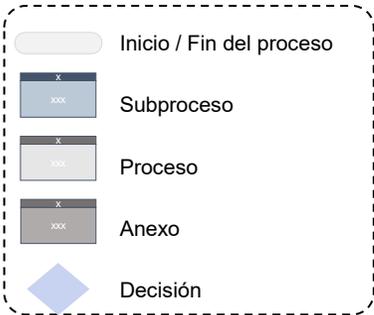
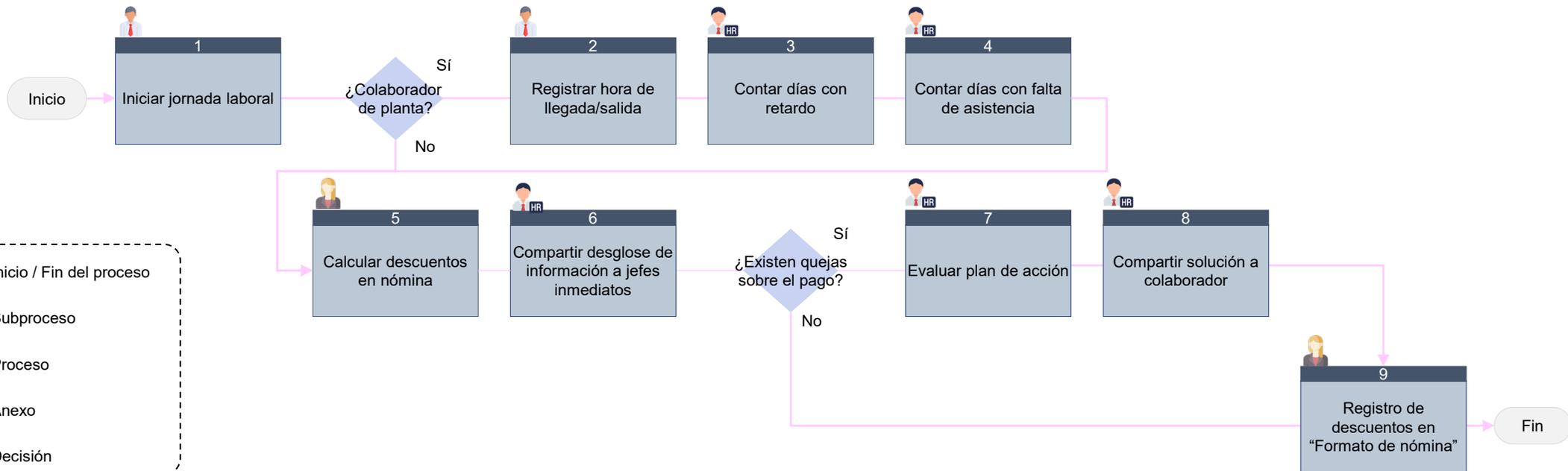
- Índice de cumplimiento normativo
- Duración de la incapacidad

#### Responsables

- Colaborador
- Representante Legal
- Resp. Reclutamiento
- Resp. Nómina

#### Consideraciones

- (2) Mantener actualizado del tiempo de incapacidad a RRHH y Jefe Inmediato
- (3) Revisión de Formato "ST7"



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Porcentaje de asistencia de los empleados
- Número de retardos

#### Responsables

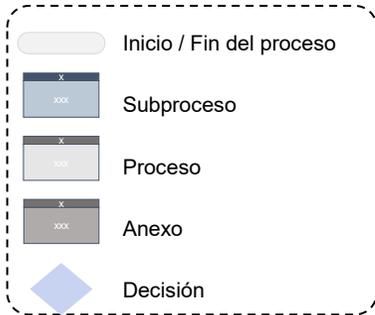
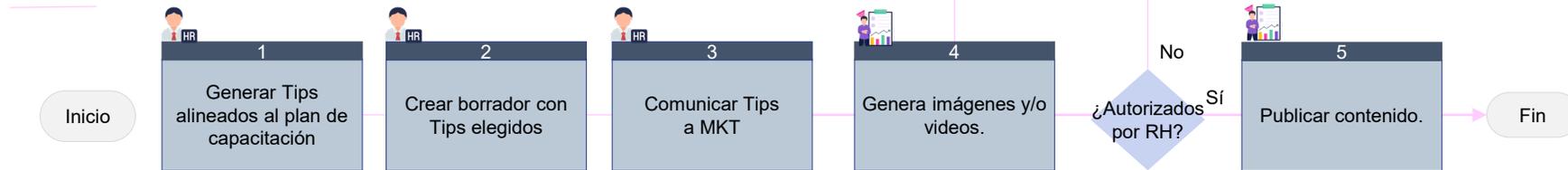
- Colaborador
- Resp. Reclutamiento
- Resp. Nómina

#### Consideraciones

- (3) 3 retardos = 1 falta
- (4) Revisión de permisos autorizados, para no descontar día
- (6) El desglose de faltas y retardos lo realiza RRHH y el desglose de Nóminas los realiza Nóminas

# Gestión de la Estrategia Interna

## 5.1.8 Comunicación Interna (Tips)



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Porcentaje de satisfacción de los empleados

#### Responsables

- Dirección general (Informado)
- Recursos Humanos
- MKT

#### Consideraciones

- (3) Establecer los canales de comunicación interna a utilizar
- (4) Crear una identidad visual coherente para la campaña.
- (5) Establecer un calendario de comunicación

# Definición & Gestión de Indicadores

Recursos Humanos



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Reclutamiento	Tiempo de contratación	Evaluar eficiencia y efectividad del proceso de reclutamiento, identificar retrasos o cuellos de botella	$\frac{(\text{Suma de tiempos de contratación})}{(\text{Número total de contrataciones})}$	Días	Cuando ocurra
	Tasa de abandono de solicitud	Evaluar la eficacia y la calidad del proceso de reclutamiento, ya que un alto por	$\frac{(\text{Solicitudes abandonadas})}{\text{Solicitudes totales}} * 100$	%	Cuando ocurra
Programa de Inducción	Nivel de satisfacción del cliente interno	Evaluar la satisfacción de los clientes con los servicios y procesos de gestión de almacén.	$\frac{(\text{Número de respuestas positivas})}{\text{Número total de respuestas}} * 100$	%	Semestral
Capacitación	Número de capacitaciones	Evaluar el nivel de participación e involucramiento de los empleados en el proceso de capacitación	Cantidad total de capacitaciones	Capacitaciones	Cuando ocurra
Gestión de Permisos	Índice de aprobación	Evaluar la eficiencia, efectividad y cumplimiento de las políticas establecidas en el proceso de aprobación	$\frac{(\text{Permisos aprobados})}{\text{Total de permisos solicitados}} * 100$	%	Cuando ocurra
	Nivel de satisfacción del cliente interno	Evaluar la satisfacción de los clientes con los servicios y procesos de gestión.	$\frac{(\text{Número de respuestas positivas})}{\text{Número total de respuestas}} * 100$	%	Cuando ocurra
Solicitud de vacaciones	Tiempo de respuesta	Evaluar la eficiencia y la efectividad de RRHH en proporcionar respuestas oportunas a las solicitudes y consultas de los empleados	$\frac{\text{Suma de los tiempos de respuesta}}{\text{Número total de solicitudes o consultas}}$	Hrs.	Cuando ocurra
	Nivel de satisfacción del cliente interno	Evaluar la satisfacción de los clientes con los servicios y procesos de gestión de almacén.	$\frac{(\text{Número de respuestas positivas})}{\text{Número total de respuestas}} * 100$	%	Cuando ocurra
Gestión de Incapacidades	Duración de la incapacidad	Obtener una visión clara y cuantificable de las incapacidades y evaluar su impacto en la empresa	$\frac{\text{Suma de duraciones de incapacidades}}{\text{Número total de capacidades gestionadas}}$	días	Cuando ocurra

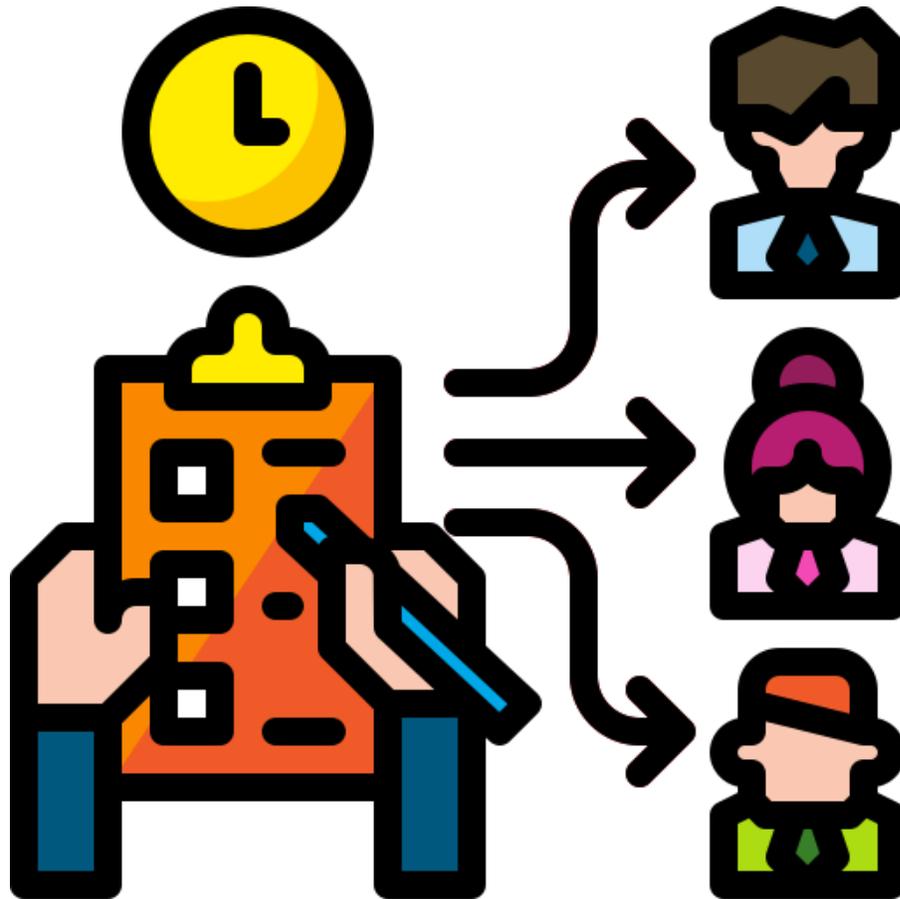
# Definición & Gestión de Indicadores

*Gestión de la Estrategia Externa*



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Registro de Asistencia/Puntualidad	% de asistencia de los empleados	Evaluar la asistencia de los empleados y garantizar el cumplimiento de las regulaciones laborales	$\frac{\text{Asistencia total}}{\text{Asistencia esperada}} * 100$	%	Mensual
	Número de retardos	Evaluar la puntualidad de los empleados, fomentar una cultura de puntualidad y cumplir con los horarios establecidos	<i>Cantidad de veces que un empleado llega después de la hora de inicio establecida</i>	Retardos	Mensual
Tips	Porcentaje de satisfacción de los empleados	Recopilar datos sobre la percepción y el grado de satisfacción de los empleados en relación con diversos aspectos de su entorno laboral	$\frac{\text{Número de empleados satisfechos}}{\text{Número total de empleados encuestados}} * 100$	%	Semestral



### PROCESOS

6.1 Gestión de Compras

6.2 Gestión de Precios

6.3 Contabilidad

6.4 Tesorería

6.5 Facturación

6.6 Control Presupuestario

6.7 Planeación Estratégica

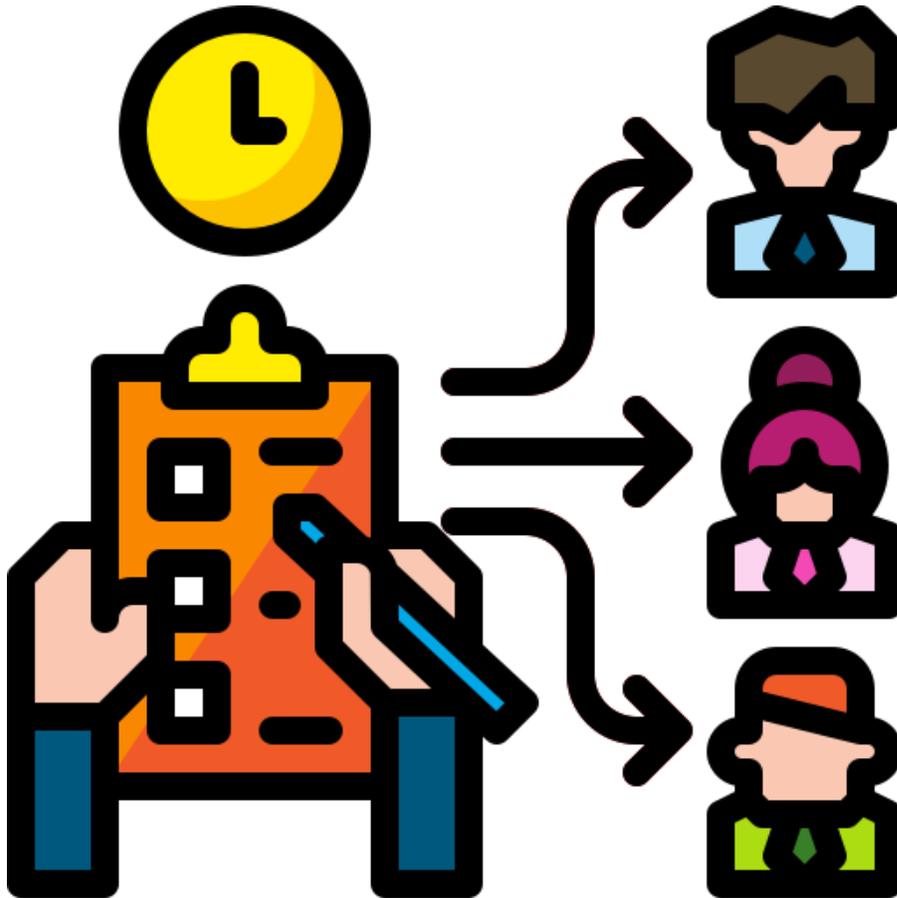
6.8 Cobranza

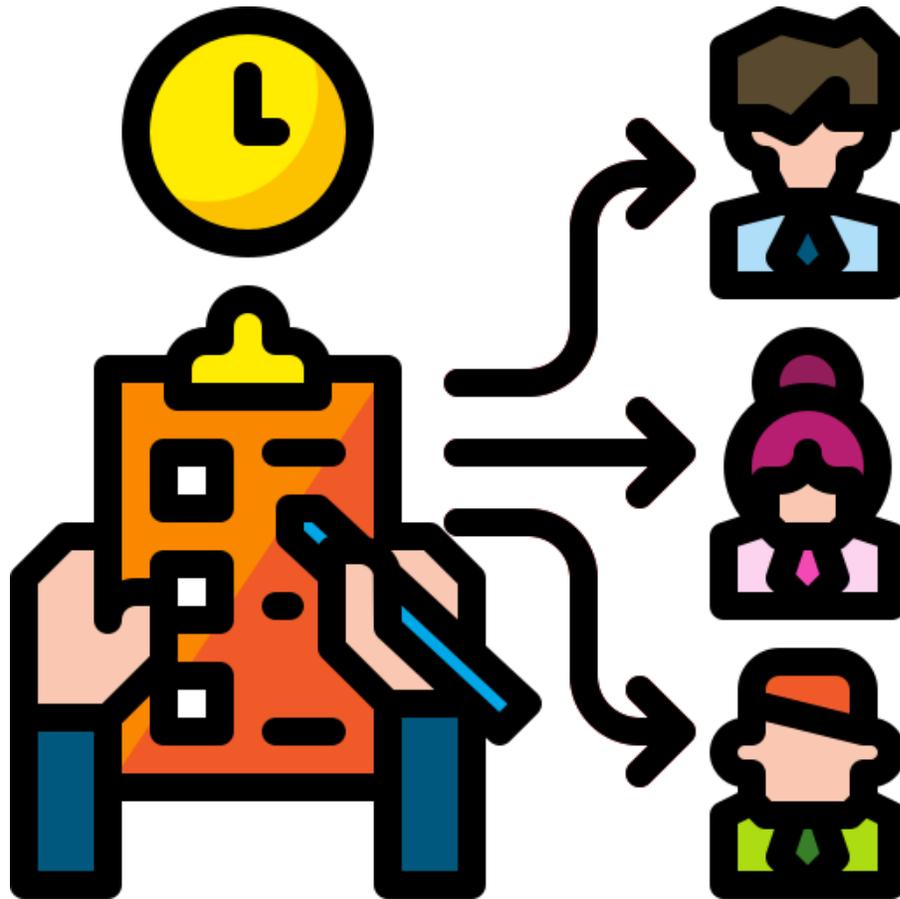
6.9 Comisiones



### PROCESOS

#### 6.10 Asistente de finanzas





### PROCESOS

6.1 Gestión de Compras

6.2 Gestión de Precios

6.3 Contabilidad

6.4 Tesorería

6.5 Facturación

6.6 Control Presupuestario

6.7 Planeación Estratégica

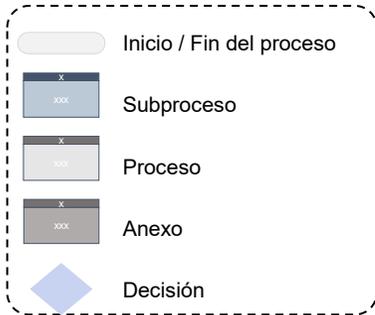
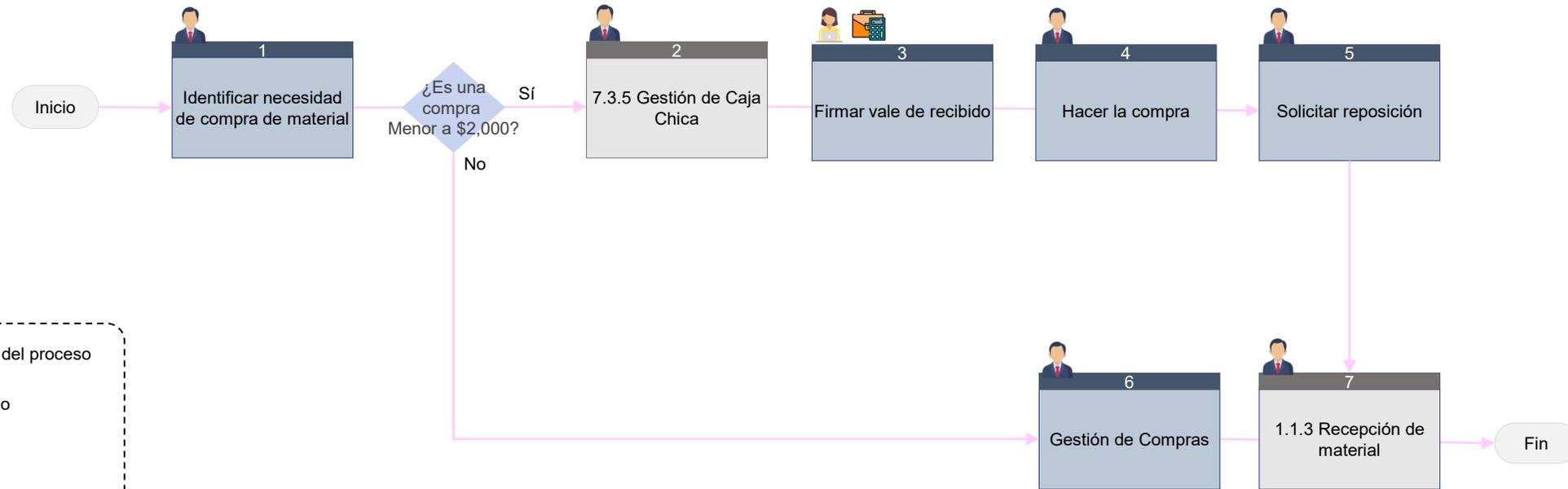
6.8 Cobranza

6.9 Comisiones



# Gestión de Compras

## 6.1.1 Gestión de Compras Menores



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Costo promedio de las compras menores
- Retraso promedio en recepción.

#### Responsables

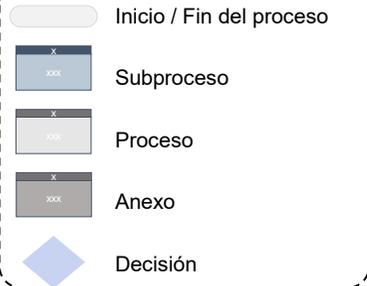
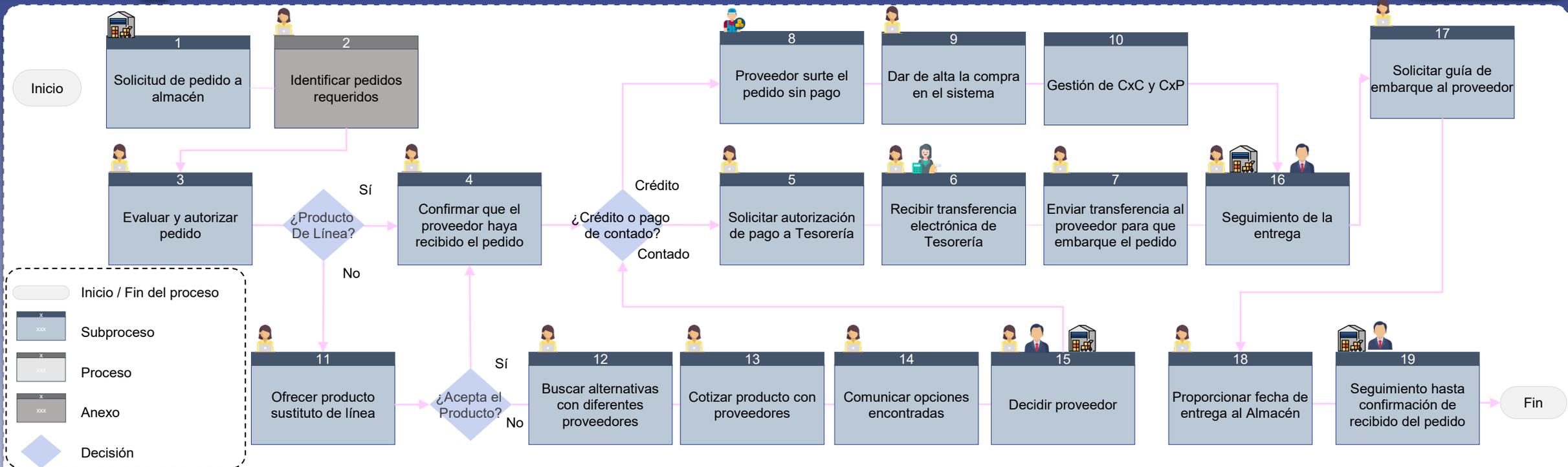
- Encargado de Caja Chica
- Responsable Compras
- Contador de Unidad de Negocio

#### Consideraciones

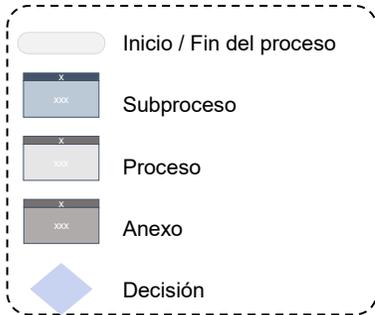
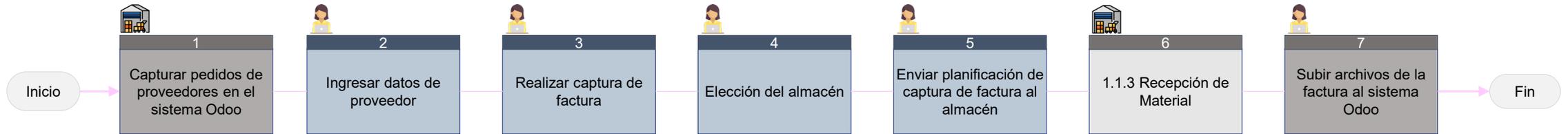
(5) Se solicita reposición a contabilidad Consultar Manual de análisis de compra para el caso de indicadores.

# Gestión de Compras

## 6.1.2 Gestión de Compras de Producto



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Orden promedio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Responsable Compras</li> <li> Encargado de Sucursal</li> <li> Proveedor</li> <li> Tesorería</li> <li> Almacén general</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(2) Consultar Instructivo: 7.1.2 Gestión de Compras de Producto (Paso 1: Identificar pedidos requeridos)</li> <li>(3) Revisión de sustitutos, inventario obsoleto, variables clave de almacén</li> <li>(4) Buscar con mínimo 3 proveedores (locales, regionales o nacionales)</li> <li>(9) Si el producto no existe en el catálogo de Odoo, se debe dar de alta</li> <li>(15) En caso de que el proveedor sea nuevo, se debe dar de alta en el sistema.</li> <li>(15) Consultar instructivo: Dar de Alta Proveedor Nuevo</li> <li>(15) Compartir opciones de proveedor para tomar decisión en conjunto</li> </ul>



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo promedio de facturación

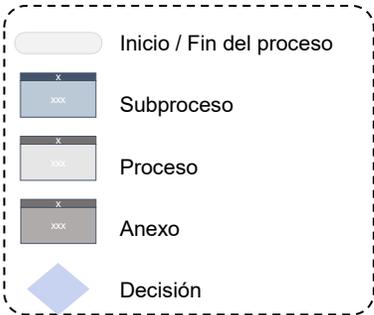
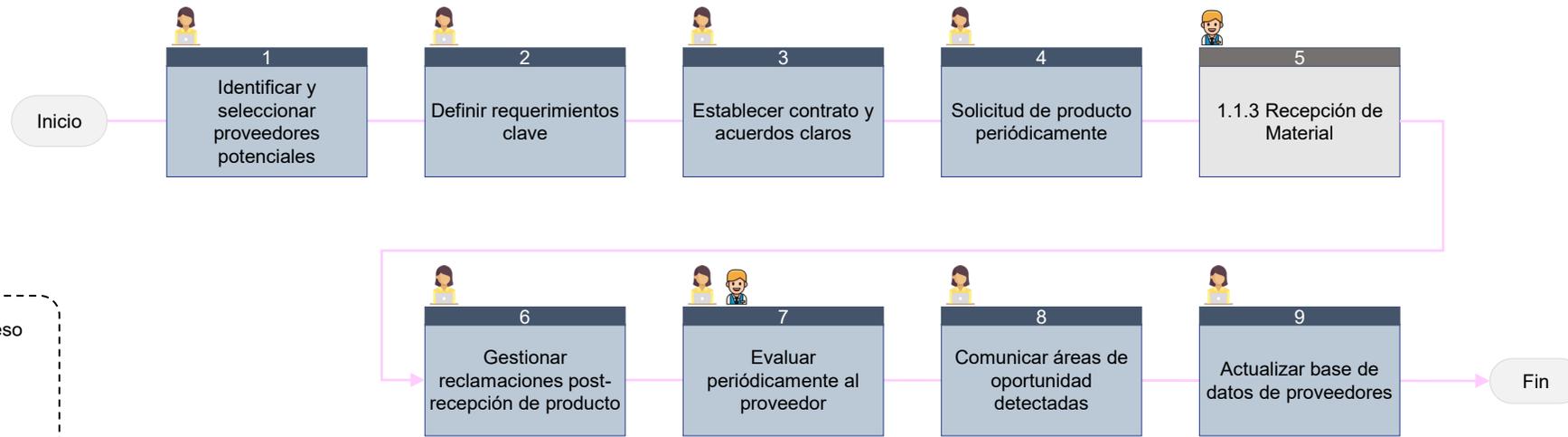
#### Responsables

Responsable de Compras

Almacén general

#### Consideraciones

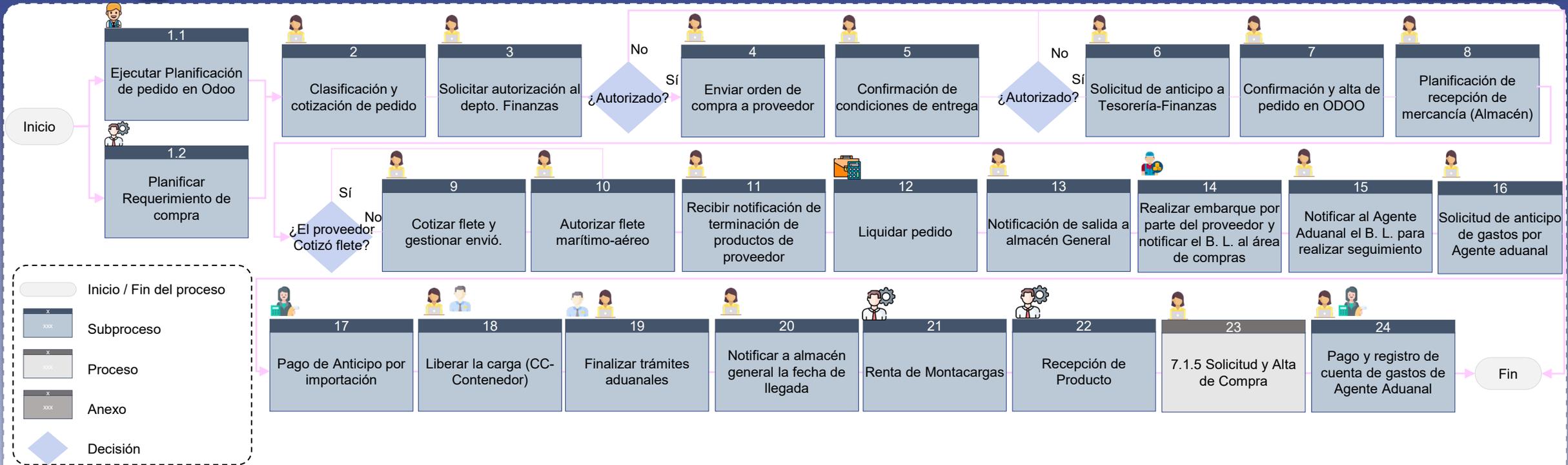
- (1) Consultar instructivo de como capturar pedidos a proveedores en odoo
- (2) Se registra en la opción de presupuestos
- (3) Incluye: número de factura, cantidades e importes
- (7) En archivos PDF y XML
- (7) Consultar instructivo: 7.1.5 Solicitud y Alta de Compra (Paso 7: Subir archivos de la factura al sistema Odoo)



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación del proveedor</li> <li>Tiempo de entrega</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Responsable Compras</li> <li>Auxiliar Almacén</li> <li>Auxiliar de Sistemas</li> </ul>	<p>(2) Requerimientos de compra, condiciones de entrega, tiempos de entrega, frecuencias mínimas, etc.</p>

# Gestión de Compras

## 6.1.5 Importaciones



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Cumplimiento de plazos de entrega.

#### Responsables

- Responsable Compras
- Responsable Almacén
- Proveedor
- Gerente de Operaciones
- Auxiliar Finanzas
- Agente Aduanal
- Tesorería

#### Consideraciones

- (2) Seleccionar país de origen
- (4) Solicitud de proforma, confirmación de pedido y anticipo
- (5) Valor de Anticipo, Fecha de entrega, etc.
- (10) Compartir fichas técnicas y hojas de seguridad de los productos a importar
- (13) Notificar a agente aduanal de ETD-ETA
- (13) Notificar a almacén de la salida de producto
- (16) Informar a Tesorería – Finanzas

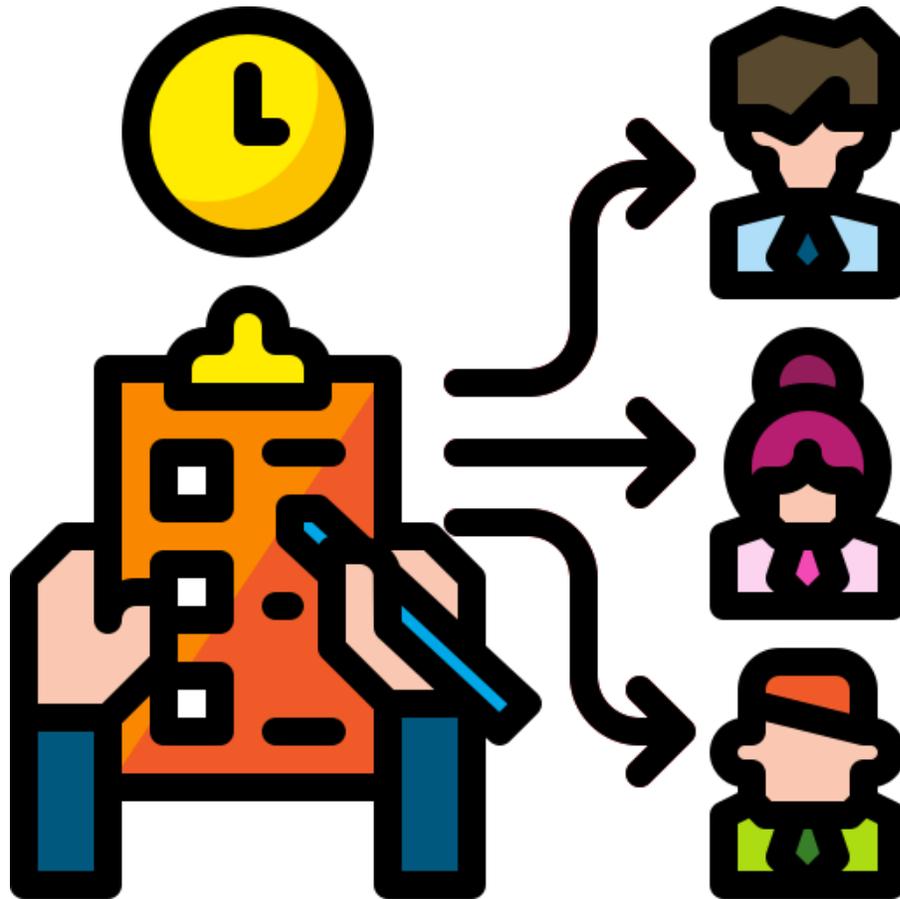
# Definición & Gestión de Indicadores

## Gestión de Compras



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Gestión de Compras Menores	Costo promedio de las compras menores	Evaluar si el costo promedio de las compras menores está aumentando o disminuyendo y si se están logrando los objetivos establecidos en la gestión de compras menores	$\frac{\text{Suma de los costos de las compras menores}}{\text{Número de compras menores realizadas}}$	\$	Trimestral
Gestión de Compras de Producto	Orden promedio	Proporcionar una medida del tamaño típico o promedio de las órdenes de compra realizadas por una organización en un período específico.	$\frac{\text{Total de gastos en compras}}{\text{Número total de ordenes de compra}}$	\$	Trimestral
Solicitud y Alta de Compra	Tiempo promedio de facturación	Medir la eficiencia del proceso de facturación	$\frac{\text{Total de días entre la recepción de la factura y la fecha de compra}}{\text{Número total de facturas recibidas}}$	\$	Trimestral
Atención a Proveedores	Evaluación del proveedor	Evaluar y monitorear el desempeño de los proveedores en términos de su atención y servicio	$\left( \frac{\text{Suma de puntuaciones de los criterios}}{\text{Puntuación máxima posible}} \right) * 100$	puntuación	Semestral
	Tiempo de entrega	Evaluar y controlar la eficiencia y confiabilidad de los proveedores en cuanto al cumplimiento de los plazos de entrega establecidos	$\left( \frac{\text{Número de entregas a tiempo}}{\text{Número total de entregas}} \right) * 100$	entregas	Trimestral
Importaciones	Porcentaje de cumplimientos de entrega	Fortalecer la cadena de suministro y mantener una operación más eficiente y competitiva en el mercado	$\left( \frac{\text{Número de entregas a tiempo}}{\text{Número total de entregas}} \right) * 100$	entregas	Trimestral



### PROCESOS

6.1 Gestión de Compras

6.2 Gestión de Precios

6.3 Contabilidad

6.4 Tesorería

6.5 Facturación

6.6 Control Presupuestario

6.7 Planeación Estratégica

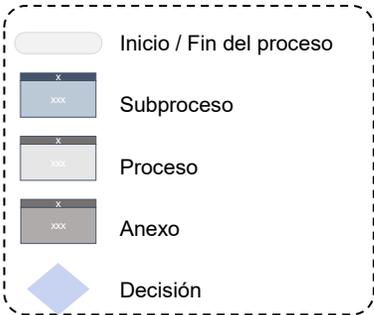
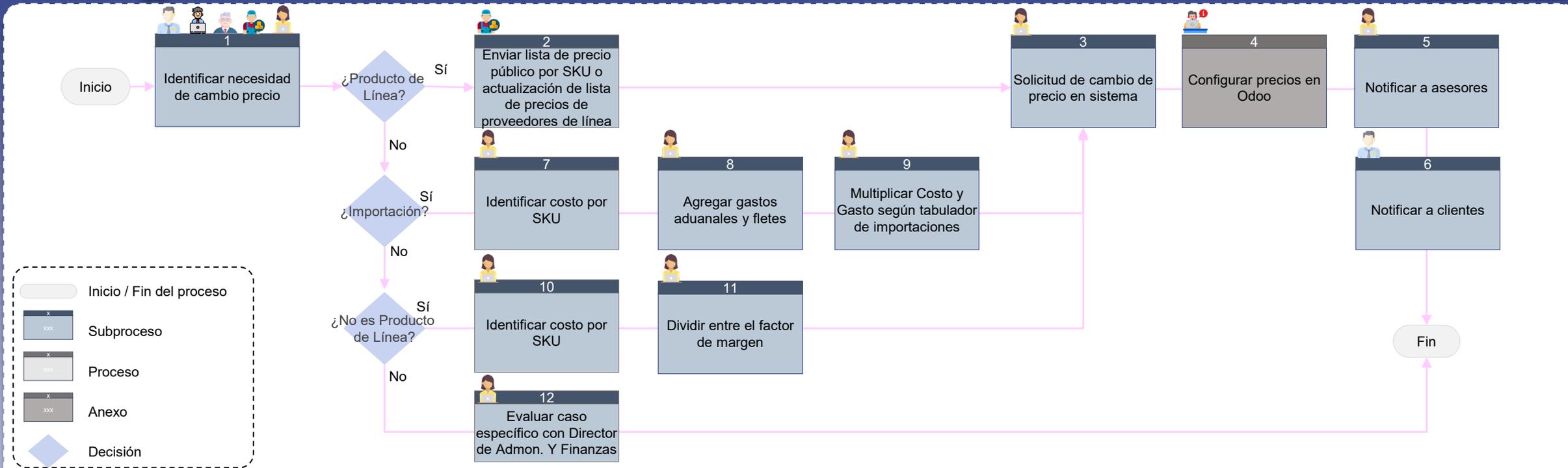
6.8 Cobranza

6.9 Comisiones

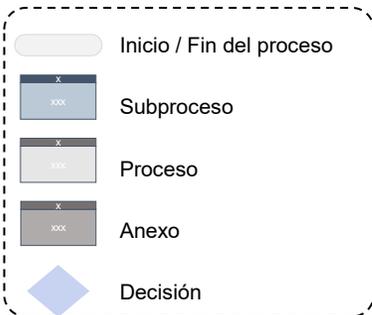
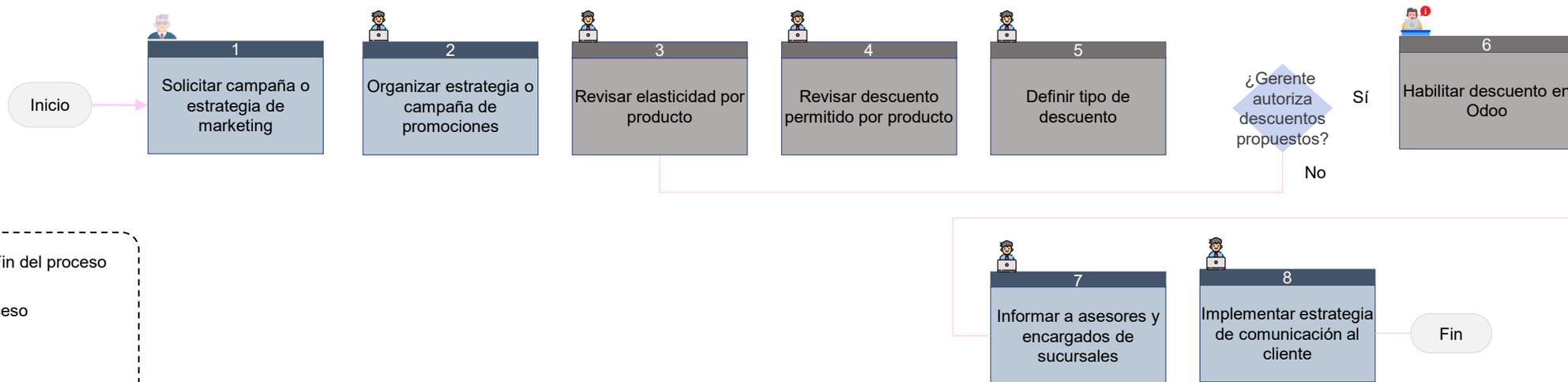


# Gestión de Precios

## 6.2.1 Establecer Precios por SKU



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Margen de contribución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing</li> <li>Auxiliar de Sistemas</li> <li>Asesor Comercial</li> <li>Gerente de Unidad de</li> <li>Negocio</li> <li>Proveedor</li> <li>Responsable de Compras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(7) Usualmente se multiplica por 2.5</li> <li>(9) Factor de Margen = 1 – Margen Esperado</li> <li>(9) Usualmente Factor de Margen = 0.7 o 0.6</li> </ul>



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Margen de contribución promocional
- Retorno de la inversión (ROI) de la promoción

#### Responsables

- Marketing
- Auxiliar de Sistemas
- Asesor Comercial
- Gerente de Unidad de Negocio

#### Consideraciones

(5) Tipo de descuento según temporada (Agresivo, Moderado, Ligero y Selectivo)  
 (4,5,6) Apegarse a herramienta "Selección de Promociones"

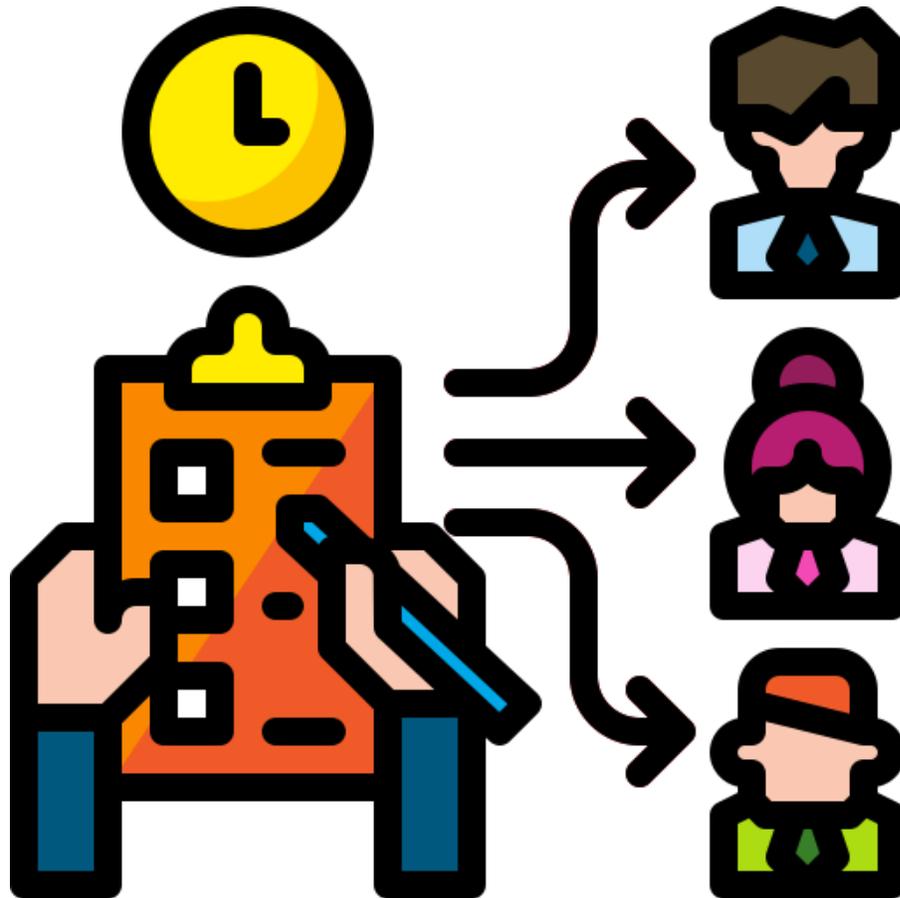
# Definición & Gestión de Indicadores

## Gestión Precios



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Establecer Precios por SKU	Margen de contribución	Identificar los productos o SKU's más rentables y los que pueden requerir ajustes en los precios o en la estructura de costos	$\text{Precio de venta unitario por SKU} - \text{Costos variables unitarios por SKU}$	\$	Mensual
Cálculo de bandas de Promociones	Margen de contribución promocional	Evaluar la rentabilidad de las promociones y su impacto en los resultados financieros de la empresa	$\text{Ingresos de la promoción} - \text{Costos variables adicionales}$	\$	Mensual
	ROI de la promoción	Determinar si la inversión realizada en la promoción ha sido exitosa en términos de generar beneficios financieros.	$\frac{((\text{Ingresos de la promoción} - \text{Costos totales de la promoción}))}{\text{Costos totales de la promoción}} * 100$	%	Mensual



### PROCESOS

6.1 Gestión de Compras

6.2 Gestión de Precios

6.3 Contabilidad

6.4 Tesorería

6.5 Facturación

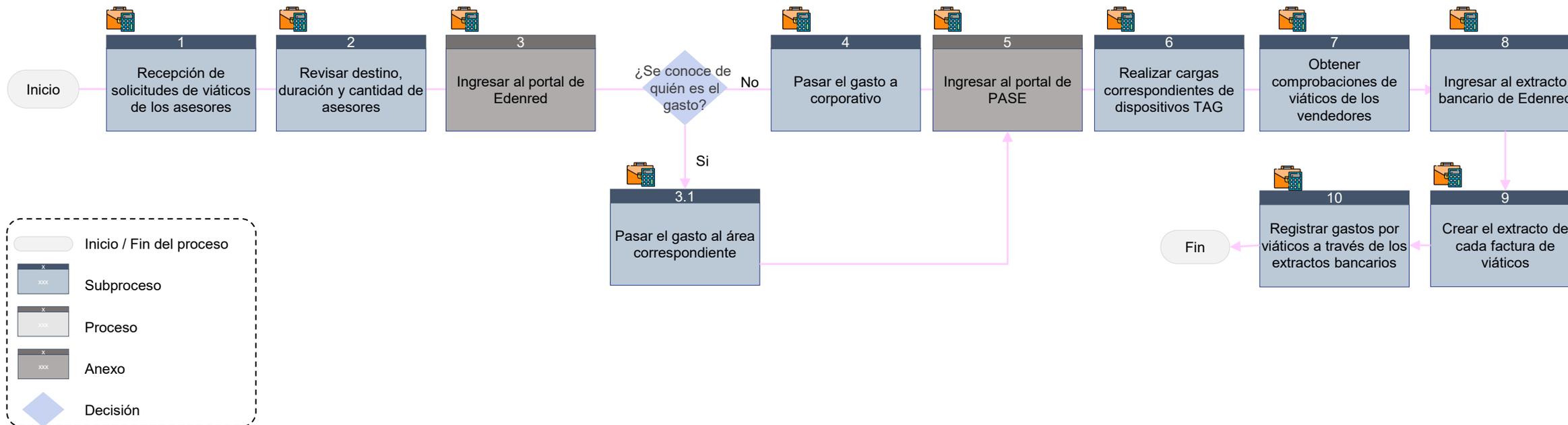
6.6 Control Presupuestario

6.7 Planeación Estratégica

6.8 Cobranza

6.9 Comisiones





### Información Pertinente

#### Indicadores

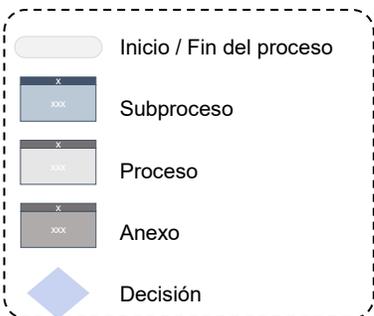
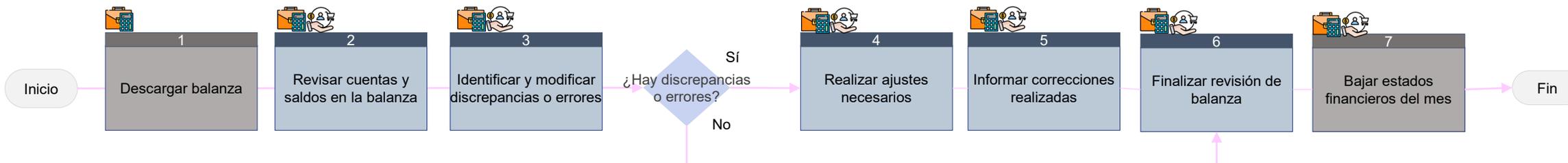
- Promedio de gastos de viático por empleado

#### Responsables

Auxiliar Contable

#### Consideraciones

- (1) La recepción de las solicitudes se hacen solo los días Jueves
- (2) Políticas generales: (casos específicos autorización jefe inmediato)
  - (1) gastos en hospedaje por persona: 700 - 800
  - (2) Gastos en alimentos: 300
  - (3) Para realizar un viaje se debe obtener un beneficio del x% sobre el viático utilizado
- (3) Consultar instructivo: 7.3.2 Gestión de Viáticos (Paso 3: Ingresar el Portal Edenret / EFACTINET)
- (5) Consultar video: 7.3.2 Gestión de viaticos\_Paso 5 Ingresar al portal de PASE



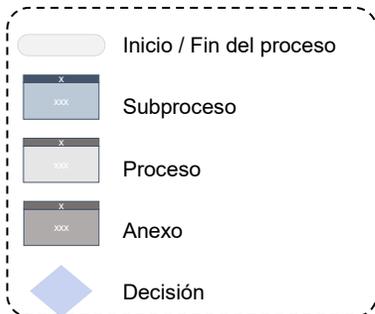
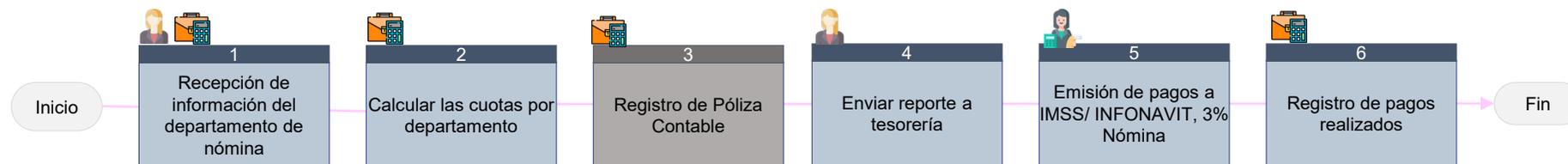
### Información Pertinente

Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiempo de Conciliación</li> <li>% de cuadre de la balanza</li> </ul>

Responsables
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contador de Unidad de Negocio</li> <li>Gerencia de Finanzas (Revisión)</li> </ul>

Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) Bajar de sistema Odoo</li> <li>(2) Formato xxx</li> <li>(4) Cualquier movimiento o ajuste realizado se debe informar a gerencia.</li> <li>(4) En ocasiones, el despacho externo también envía ajustes o correcciones.</li> </ul>

## 6.3.3 Provisiones de IMSS, INFONAVIT, 3% NOMINA



### Información Pertinente

#### Indicadores

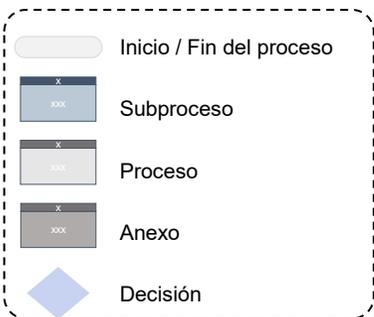
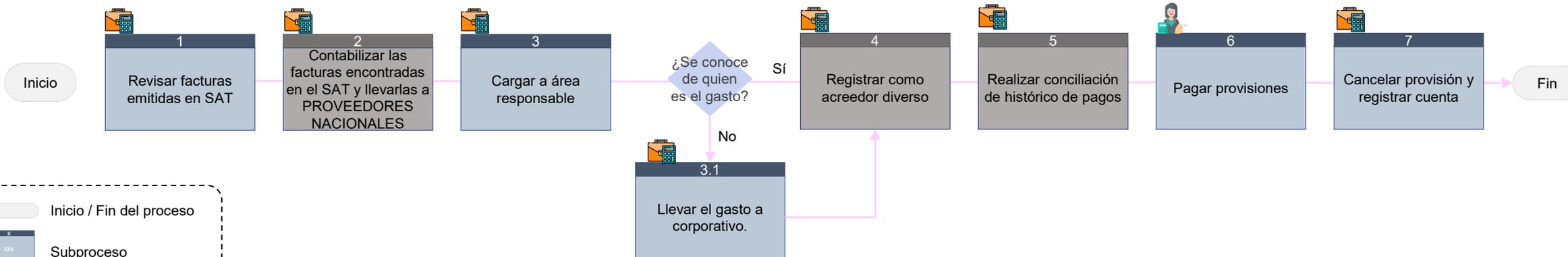
- Asertividad de la provisión

#### Responsables

- Responsable de Nómina
- Tesorería
- Contador de Unidad de Negocio

#### Consideraciones

- (2) Se calculan las cuotas IMSS/ INFONAVIT por departamento
- (3) Registrar provisión de nómina los días 15 de cada mes en Odoo
- (6) Provisión del 3% sobre la nómina  
Consultar instructivo: 7.3.7 Provisión Cuotas Obrero – Patronales

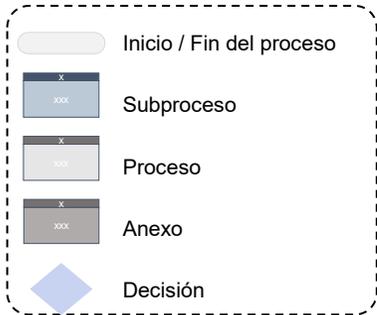
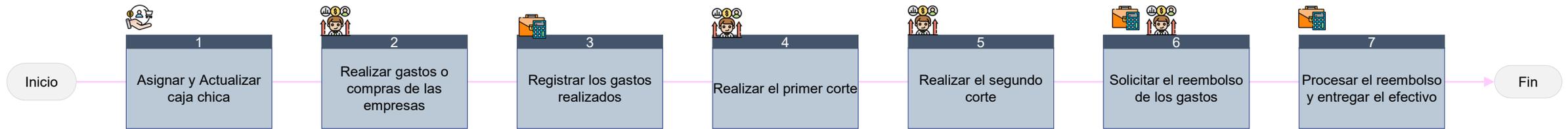


### Información Pertinente

Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importe en provisión</li> </ul>

Responsables
<ul style="list-style-type: none"> <li>Responsable de Nómina</li> <li>Tesorería</li> <li>Contador de Unidad de Negocio</li> </ul>

Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) Revisión diaria de facturas</li> <li>(1) La provisión se hace el 1ero de cada mes, provisionando el día 2 y 3 del mes</li> <li>(5) Proveedores y Acreedores: se programa el pago a los días de vencimiento</li> <li>(5) Acreedores internos: se programa a las 24 horas</li> <li>Consultar instructivo: 7.3.8 Provisión General</li> </ul>



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Tiempo promedio de reembolso</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Responsable de caja Chica</li><li>Contador de Unidad de Negocio</li><li>Gerencia de Finanzas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>(1) Menos a 2,300 pesos</li><li>(4) Se realiza del 01 al 15 de cada mes</li><li>(5) Se realiza del 16 al último día de cada mes</li></ul>

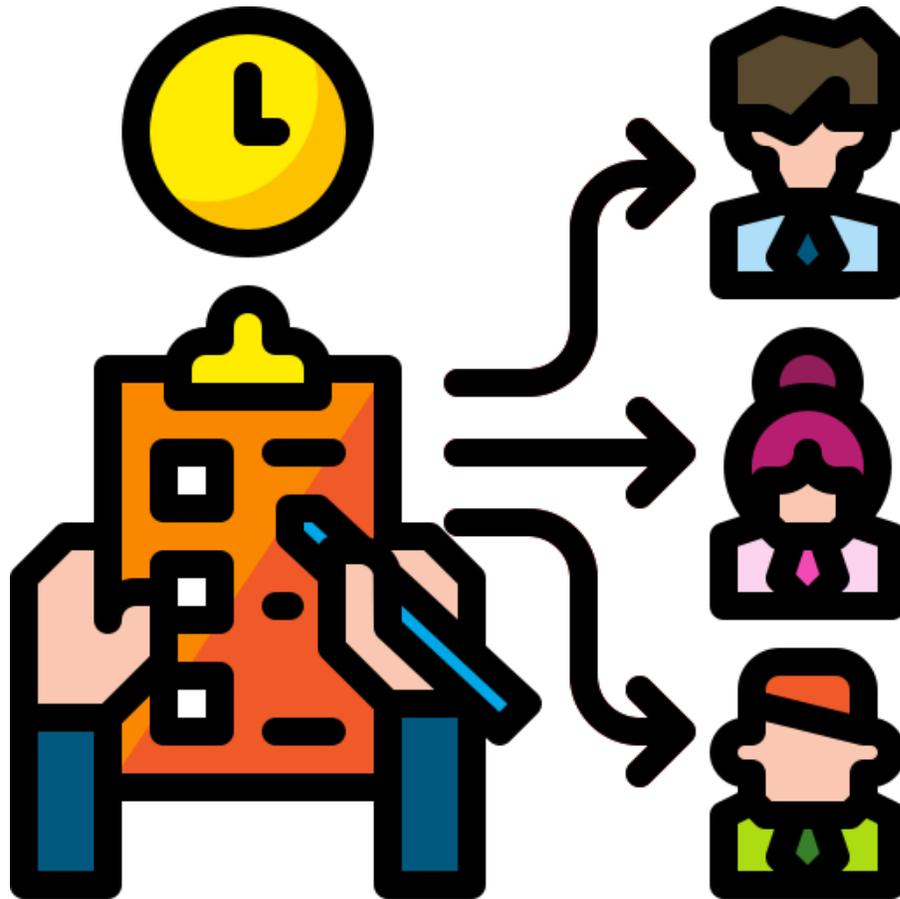
# Definición & Gestión de Indicadores

Contabilidad



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Gestión de viáticos	Promedio de gastos de viático por empleado	Evaluar la eficiencia en el manejo de los recursos y controlar los costos asociados a los viáticos	$\frac{\text{Gastos totales de viáticos}}{\text{Número de empleados}}$	%	Trimestral
Revisión de Balanza	Tiempo de conciliación	Analizar si el tiempo de conciliación está dentro de los plazos deseados o si se ha producido alguna variación significativa	$\frac{\text{Tiempo total de conciliación}}{\text{Número de periodos medidos}}$	Conciliaciones	Mensual
	% de cuadro de la balanza	Evaluar la precisión, confiabilidad y calidad de los registros contables de la empresa	$\frac{(\text{Número de cuentas cuadradas}}{\text{Total de cuentas revisadas}}) * 100$	Cuentas cuadradas	Mensual
Provisión de IMSS, INFONAVIT, 3% NOMINA	Asertividad de la provisión	Evaluar la precisión y confiabilidad de las estimaciones de gastos de nómina realizadas por la empresa.	$\frac{(\text{Provisión neta}}{\text{Provisión bruta}}) * 100$	%	Mensual
Provisión General	Importe en provisión	Evaluar la precisión de las estimaciones realizadas y asegurar que los gastos o pasivos se registren de manera adecuada en los estados financieros	$\frac{((\text{Importe real de la provisión} - \text{Importe provisionado}))}{\text{Importe provisionado}} * 100$	%	Mensual
Gestión de Caja Chica	Tiempo promedio de reembolso	Evaluar la eficiencia y la agilidad del proceso de reembolso y buscar oportunidades de mejora	$\frac{(\text{Suma total de tiempos de Reembolso})}{(\text{Número de reembolsos})}$	días	Mensual



### PROCESOS

6.1 Gestión de Compras

6.2 Gestión de Precios

6.3 Contabilidad

6.4 Tesorería

6.5 Facturación

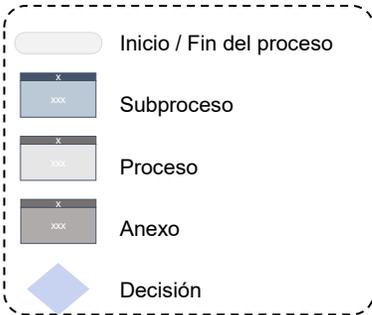
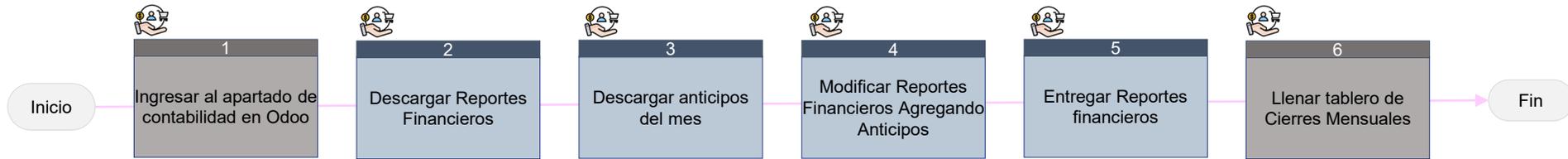
6.6 Control Presupuestario

6.7 Planeación Estratégica

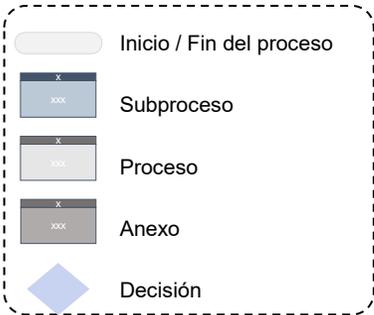
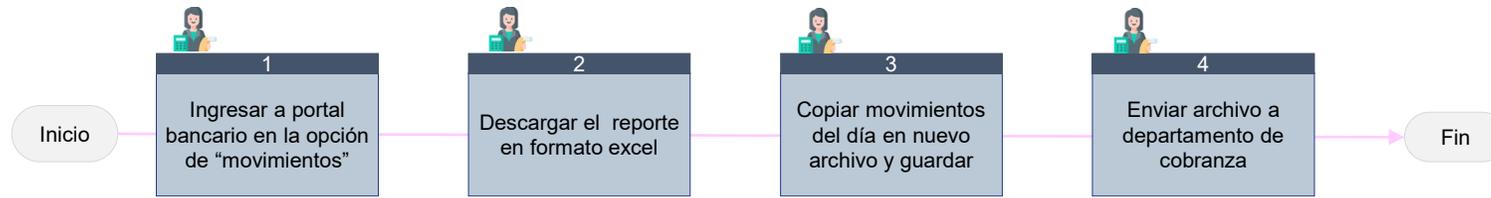
6.8 Cobranza

6.9 Comisiones

## 6.4.1 Elaboración de Reportes Financieros – To Be



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de objetivo de rentabilidad</li> <li>Cumplimiento de objetivo de venta</li> </ul>	Gerencia de Finanzas	(2) Los reportes se bajan para cada unidad de negocio y mensualmente (4) Para Velyen se deben incluir anticipos en los ingresos, para el resto considerarlos hasta que se efectúe la venta completa (6) Herramienta proporcionada por KTW

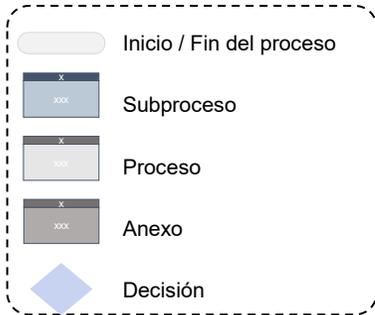
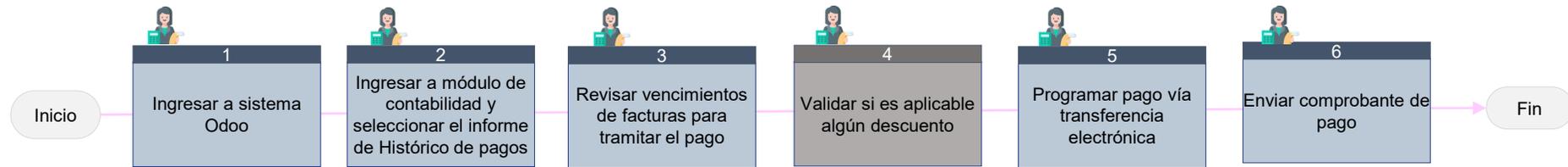


Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>% de exactitud de datos</li></ul>	Tesorería	

# Control de pago a proveedores



## 6.4.3 Pago a proveedores con crédito



### Información Pertinente

#### Indicadores

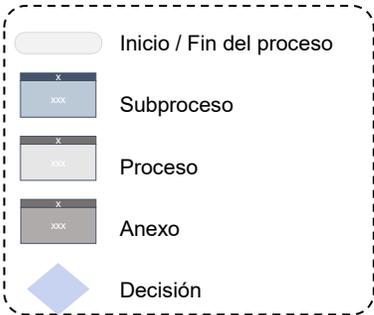
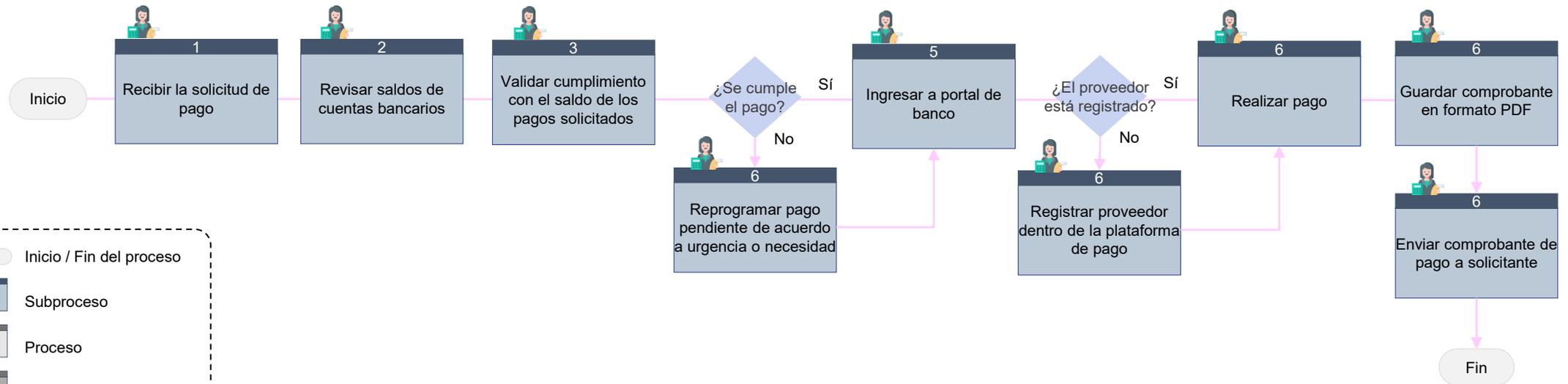
- Tiempo promedio de pago

#### Responsables

Tesorería

#### Consideraciones

- (4) Se tiene una tabla en archivo Excel, en la cual se concentra la información si aplica o no algún descuento o T.C según acuerdos o políticas que aplican con el proveedor.
- (6) Los comprobantes se mandan vía correo electrónico indicando qué facturas son las que se pagan.



### Información Pertinente

#### Indicadores

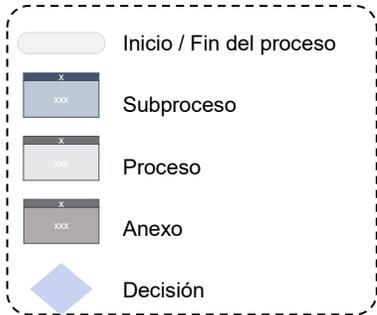
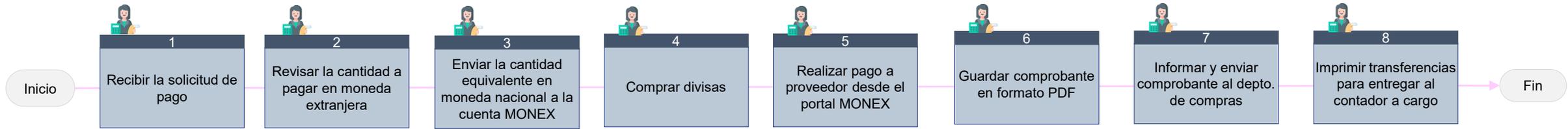
- Tiempo de Transferencia

#### Responsables

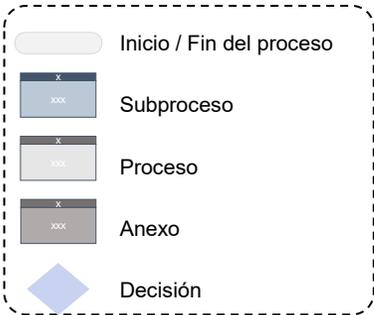
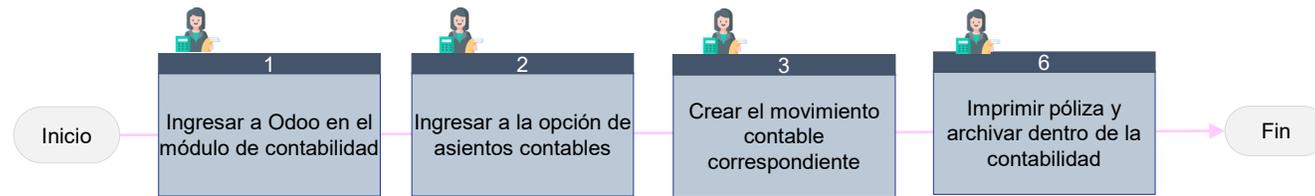
Tesorería

#### Consideraciones

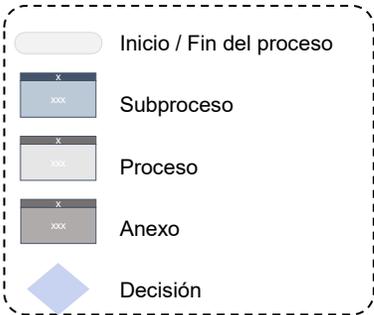
(1) Se debe validar que cumplan con los requisitos: soporte y firma de autorización.



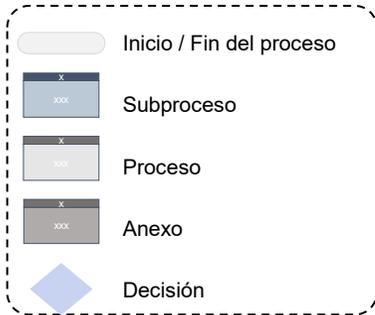
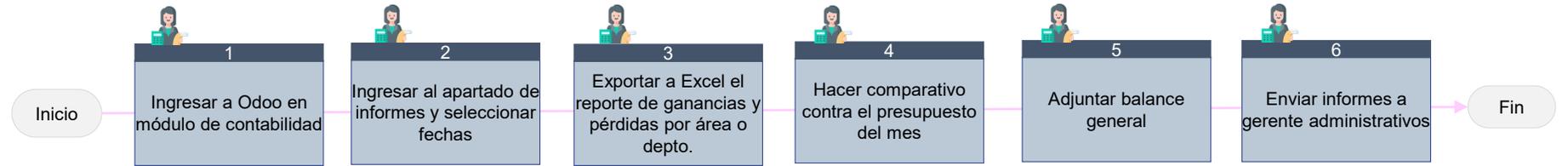
Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Tiempo de Procesamiento</li></ul>	 Tesorería	



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tiempo Promedio de Registro de Asientos</li></ul>	 Tesorería	



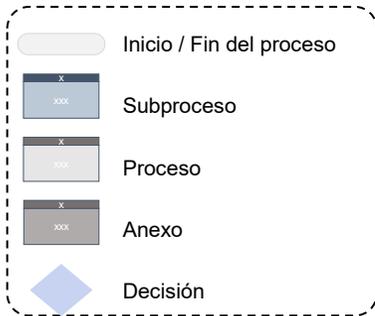
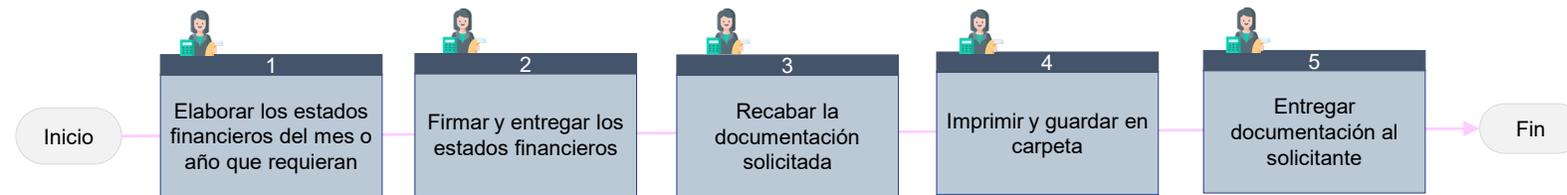
Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
	Tesorería Despacho fiscal	(5) Los reportes se deben enviar a más tardar los días 25 de cada mes vía correo electrónico.



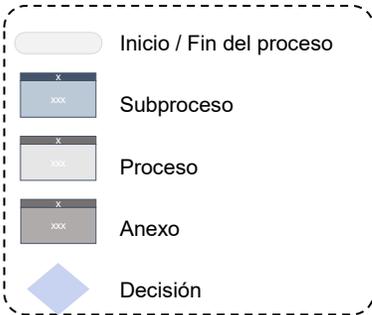
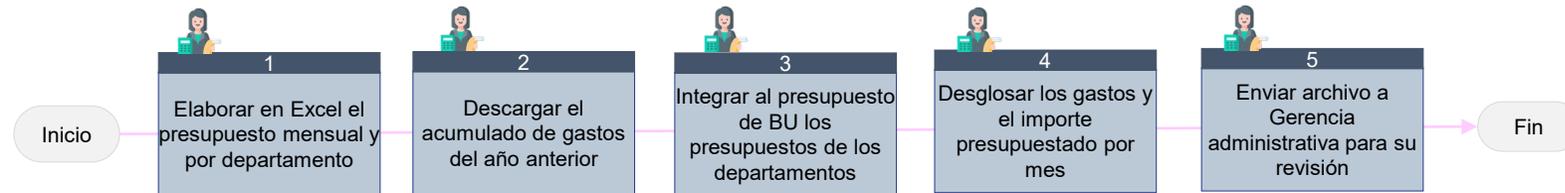
Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Tiempo de Preparación de Estados Financieros</li></ul>	Tesorería	(6) Los reportes se deben enviar vía correo electrónico.

# Trámites bancarios, clientes, dependencias

## 6.4.9 Estados financieros



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
	Tesorería	(3) Los documentos incluyen cartas, constancias del SAT, IMSS, INFONAVIT, etc.



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Tiempo de preparación</li></ul>	Tesorería	(3) Los departamentos pueden ser: Operaciones, Marketing, Administración y Tecnologías de la información.

# Definición & Gestión de Indicadores

Tesorería



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Elaboración de Reportes Financieros	Cumplimiento de objetivo de venta	Evaluar el desempeño de ventas de la empresa en relación con los objetivos estratégicos establecidos y tomar decisiones para mejorar el rendimiento comercial	$\frac{(\text{Ventas reales})}{(\text{Objetivo de venta})} * 100$	%	Mensual
Descarga de estados de cuenta de las BU	% de exactitud de datos	Evaluar la precisión de la información contenida en los estados de cuenta	$\frac{(\text{No. de estados de cuenta con datos exactos})}{(\text{Total de descargas de estados de cuenta})} * 100$	%	Mensual
Pago a proveedores con crédito	Tiempo promedio de pago	Medir el tiempo promedio que transcurre desde que se recibe una factura hasta que se realiza el pago correspondiente	$\frac{(\text{Total de tiempos de pago de todas las facturas})}{(\text{Total de facturas pagadas})}$	Tiempo	Mensual
Transferencias generales / Nacionales	Tiempo de Transferencia	Medir la rapidez con la que se completan las transferencias generales desde el inicio hasta la finalización	$\frac{(\text{Tiempo total de transferencia})}{(\text{Número total de transferencias})}$	Tiempo	Mensual
Pagos internacionales	Tiempo de procesamiento	Medir la rapidez con la que se completan los pagos internacionales, desde el momento en que se inicia la transacción hasta que los fondos llegan al destinatario	$\frac{(\text{Tiempo total de procesamiento})}{(\text{Número total de pagos})}$	Tiempo	Mensual

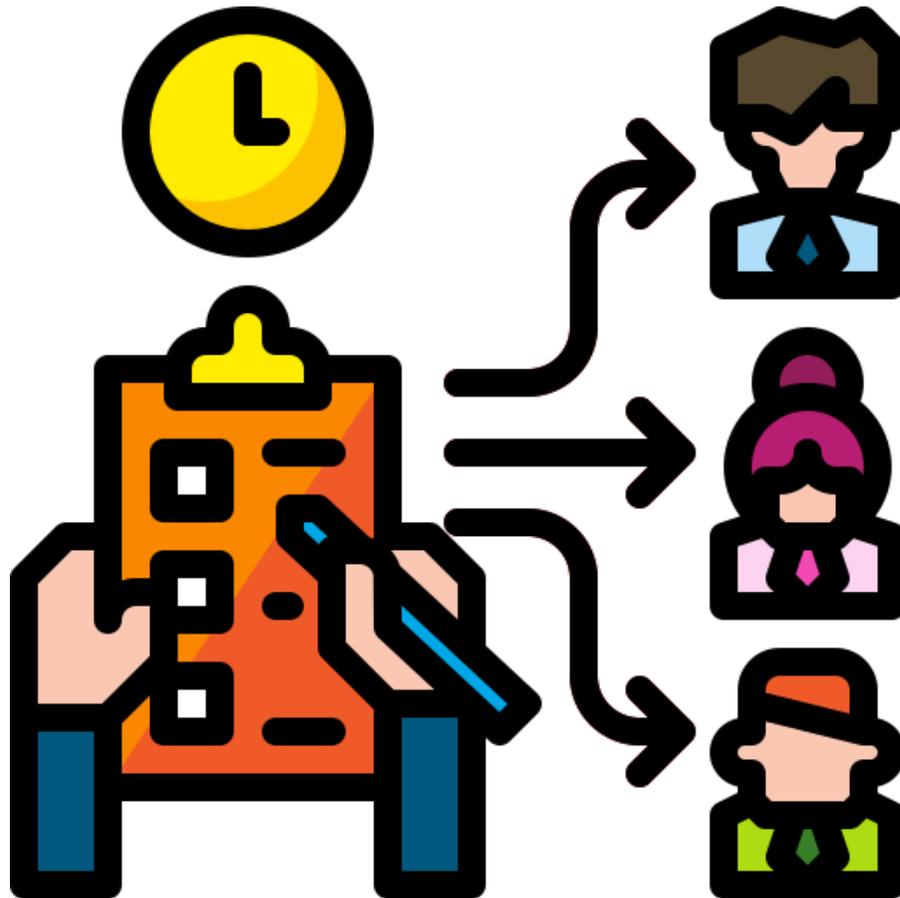
# Definición & Gestión de Indicadores

Tesorería



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Realizar asientos contables	Tiempo Promedio de Registro de Asientos	Evaluar la eficiencia del proceso contable al medir el tiempo promedio que se tarda desde que ocurre una transacción hasta que se registra	$\frac{\text{(Tiempo total de registro de asientos)}}{\text{Número total de asientos contables}}$	Tiempo	Mensual
Revisión memorandum despacho	Revisión memorandum despacho	Mide la proporción de memorandos de despacho que se revisan sin errores o con un número mínimo de errores	$\frac{\text{(Número de memorandum revisados)}}{\text{Número total de memorandum}} * 100$	%	Mensual
Estados financieros para gerentes	Tiempo de Preparación de Estados Financieros	Medir el tiempo necesario para preparar los estados financieros una vez que se han descargado los datos	$\frac{\text{(Tiempo total de preparación de Estados Financieros)}}{\text{Número total de estados financieros}}$	Estados F.	Mensual
Estados Financieros	Precisión de los estados financieros	Evaluar la calidad y la precisión de los datos descargados en comparación con las fuentes originales	$\frac{\text{(Número de reportes precisos)}}{\text{Número total de reportes emitidos}} * 100$	%	Mensual
Auxiliares para declaración anual	Tiempo de preparación	Medir el tiempo promedio necesario para preparar los auxiliares requeridos para la declaración anual	$\frac{\text{(Tiempo total para la preparación de auxiliares)}}{\text{Número total de auxiliares preparados}}$	Tiempo	Mensual



### PROCESOS

6.1 Gestión de Compras

6.2 Gestión de Precios

6.3 Contabilidad

6.4 Tesorería

6.5 Facturación

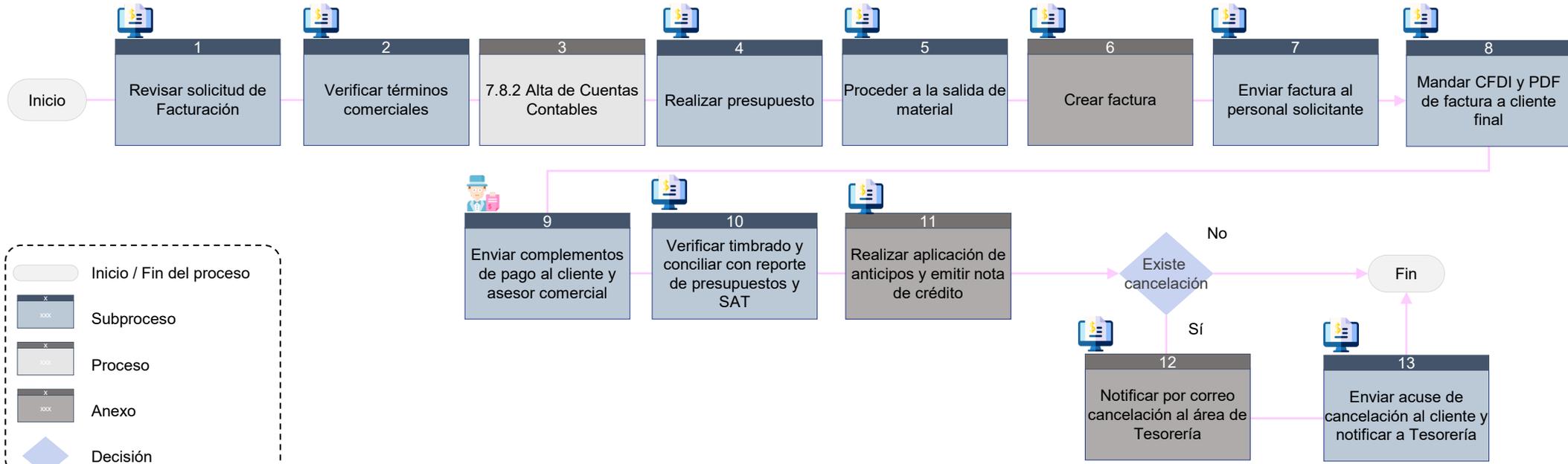
6.6 Control Presupuestario

6.7 Planeación Estratégica

6.8 Cobranza

6.9 Comisiones





### Información Pertinente

#### Indicadores

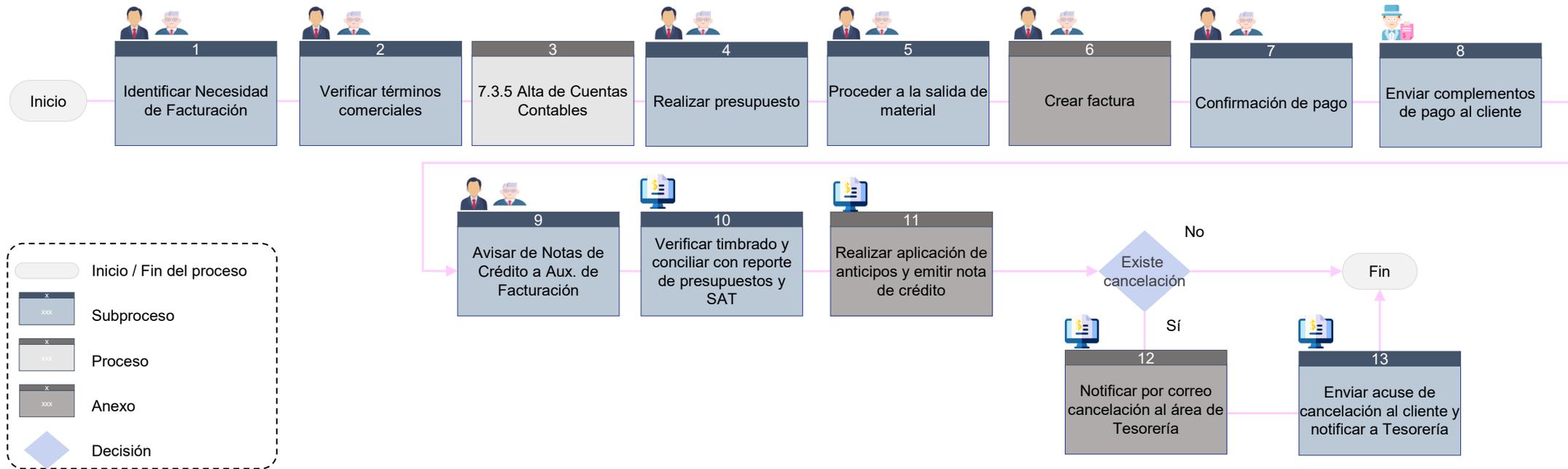
- % facturado por depto. De Admon y Finanzas

#### Responsables

- Auxiliar de Facturación
- Cobranza

#### Consideraciones

- (3) Se revisa en el Sistema
- (6) Se asigna CFDI, Método y Forma de Pago
- (6) Consultar instructivo: 7.5.1 FACTURACIÓN A UNIDADES DE NEGOCIO – RIG0\_PASO 6
- (8) Se realiza en el portal de subida de facturas
- (10) Se verifica el timbrado de facturas
- (11) Consultar instructivo: 7.5.1 FACTURACIÓN A UNIDADES DE NEGOCIO – RIG0\_PASO 11
- (12) Consultar instructivo: 7.5.1 FACTURACIÓN A UNIDADES DE NEGOCIO – RIG0\_PASO 12



### Información Pertinente

#### Indicadores

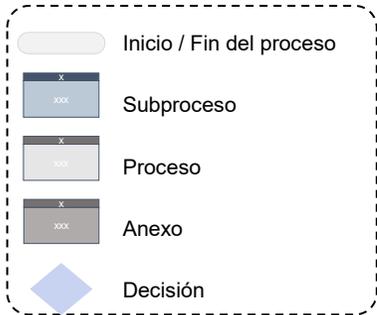
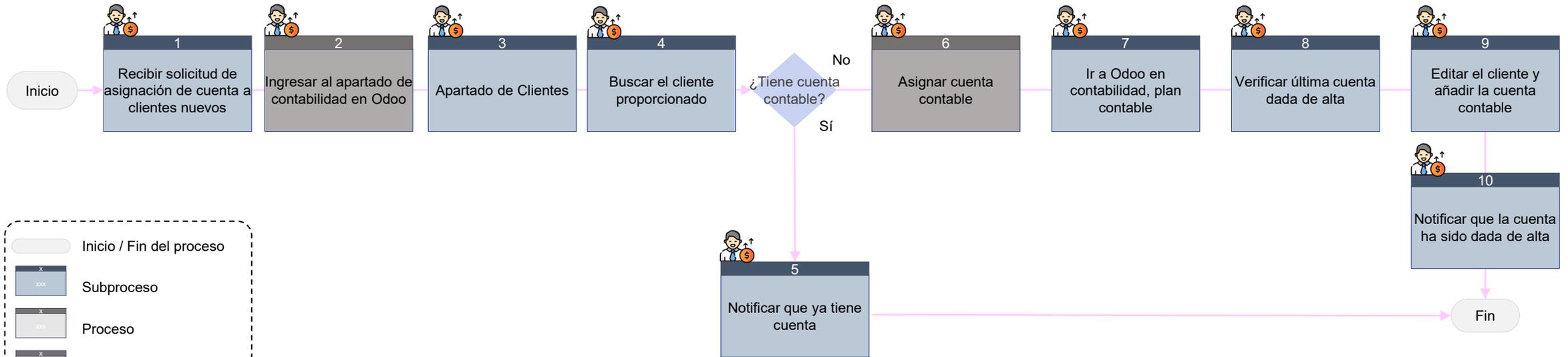
- % facturado por depto. de Admon y Finanzas

#### Responsables

- Auxiliar de Facturación
- Tesorería
- Encargado de Sucursal
- Gerente de Unidad de Negocio
- Cobranza

#### Consideraciones

- (3) Se revisa en el Sistema
- (6) Se asigna CFDI, Método y Forma de Pago
- (7) Confirmar si se realizó el pago
- (10) Se verifica el timbrado de facturas



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiempo de alta de cuentas contables.</li> </ul>	Departamento de Cobranza	(1) La solicitud se recibe del asesor o de responsable de facturación (6) para profundizar en el procedimiento de alta de cuentas contables revisar formato "xxx" Consultar instructivo: 7.8.2 Alta de Cuentas Contables

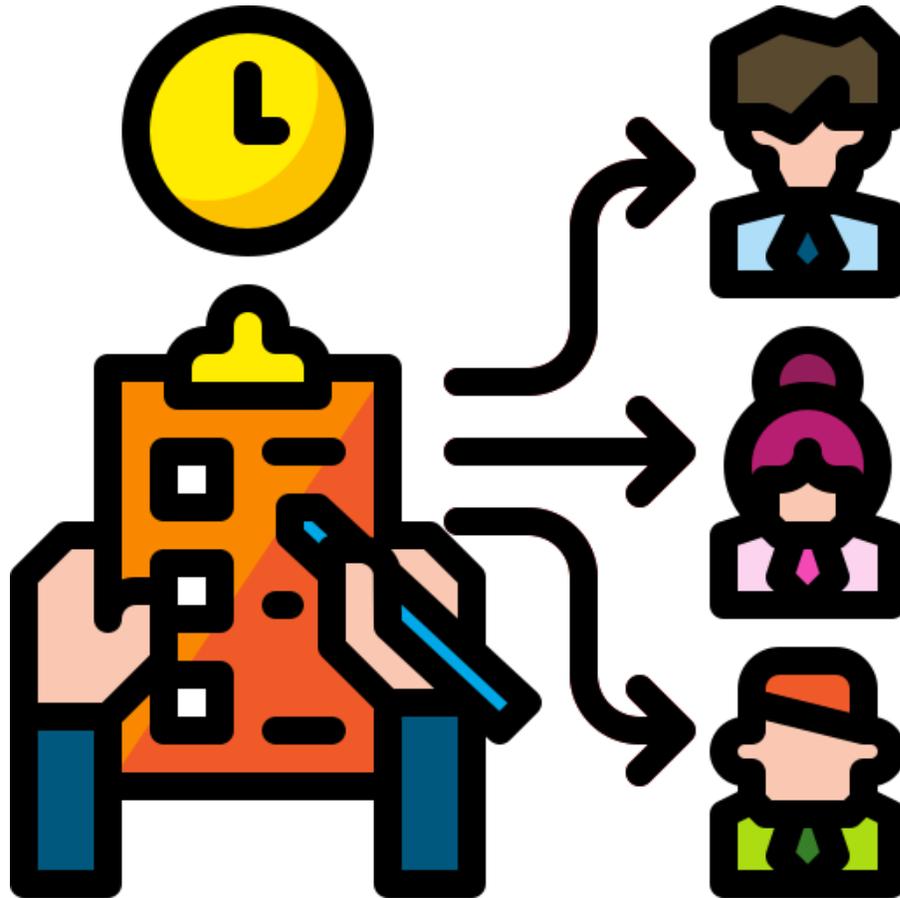
# Definición & Gestión de Indicadores

## Facturación



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Facturación a Unidades de Negocio - RIGO	% facturado por depto. De Admon. Y Finanzas	Garantizar una gestión eficiente y efectiva del departamento y a maximizar los ingresos de la empresa	$\frac{\text{Monto facturado por depto.de Admon.y Finanzas}}{\text{Monto total facturado a las unidades de negocio}} * 100$	%	Mensual
Facturación en Unidades de Negocio	% facturado por depto. De Admon. Y Finanzas	Garantizar una gestión eficiente y efectiva del departamento y a maximizar los ingresos de la empresa	$\frac{\text{Monto facturado por depto.de Admon.y Finanzas}}{\text{Monto total facturado a las unidades de negocio}} * 100$	%	Mensual
Alta de cuentas contables	Tiempo de alta de cuentas contables	Mide el tiempo promedio que se tarda en dar de alta una nueva cuenta contable desde la solicitud hasta su activación en el sistema. Este indicador ayuda a evaluar la eficiencia del proceso.	$\frac{\text{Tiempo total empleado en dar alta de cuentas}}{\text{Número total de cuentas dadas de alta}}$	hrs	Diario



### PROCESOS

6.1 Gestión de Compras

6.2 Gestión de Precios

6.3 Contabilidad

6.4 Tesorería

6.5 Facturación

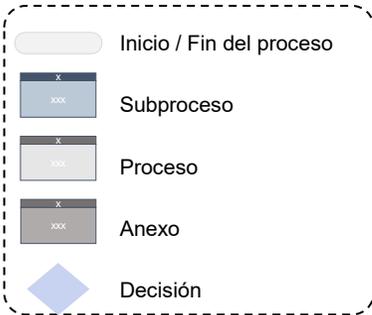
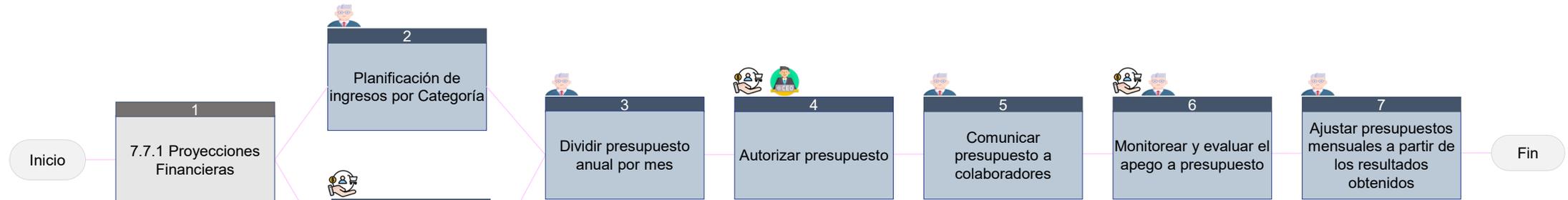
6.6 Control Presupuestario

6.7 Planeación Estratégica

6.8 Cobranza

6.9 Comisiones





### Información Pertinente

#### Indicadores

- Asertividad de Presupuesto

#### Responsables

- Gerente de Finanzas
- Dirección General
- Gerente de Unidad de Negocio

#### Consideraciones

- (1) Utilizar herramienta "Proyección Financiera"
- (3) Se debe desglosar el presupuesto a nivel colaborador

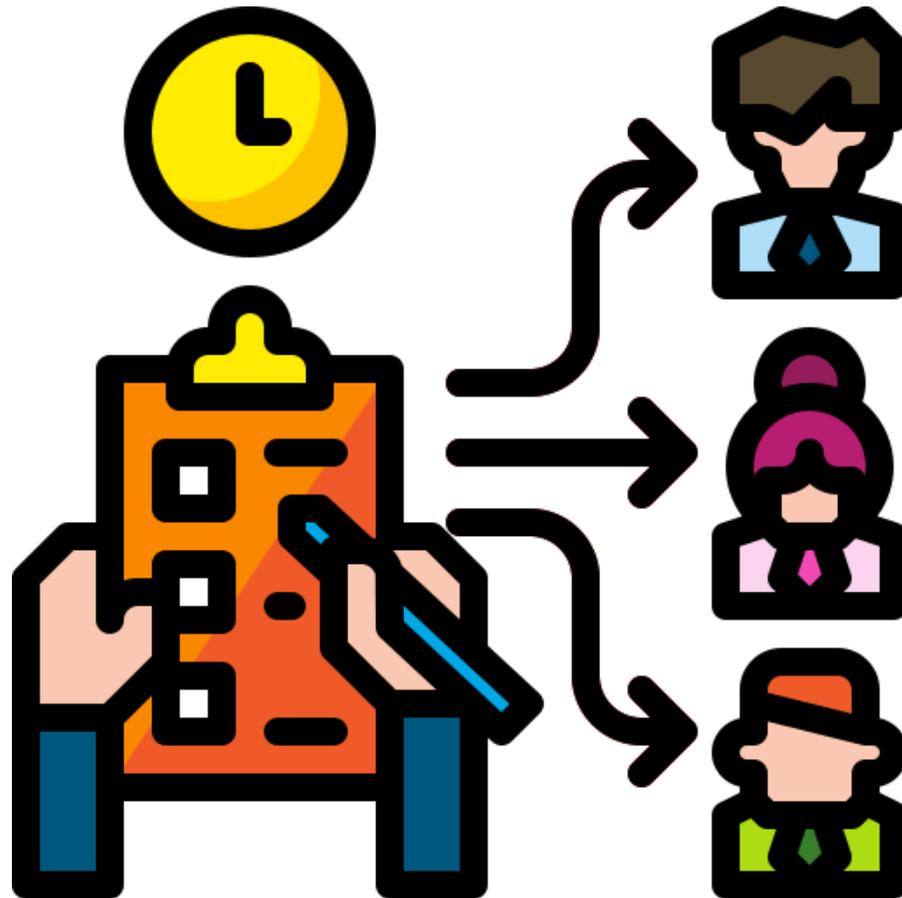
# Definición & Gestión de Indicadores

*Control Presupuestario*



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Elaboración Presupuesto Anual	Asertividad de Presupuesto	Identificar oportunidades de mejora en la elaboración del presupuesto y mantener un seguimiento cercano de los gastos para evitar desviaciones significativas	$\frac{(\text{Gastos reales})}{\text{Presupuesto inicial}} * 100$	%	Anual



### PROCESOS

6.1 Gestión de Compras

6.2 Gestión de Precios

6.3 Contabilidad

6.4 Tesorería

6.5 Facturación

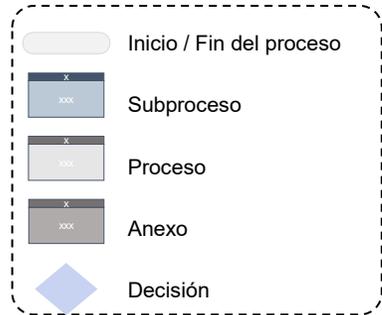
6.6 Control Presupuestario

6.7 Planeación Estratégica

6.8 Cobranza

6.9 Comisiones





Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asertividad de pronóstico</li> </ul>	Gerencia de Finanzas	(2) Los datos históricos se obtienen por unidad de negocio (2) Se obtendrán, ventas, costos y gastos (6) Herramienta "Proyecciones Financiera KTW" (7) Herramienta "Análisis de Sensibilidad KTW"

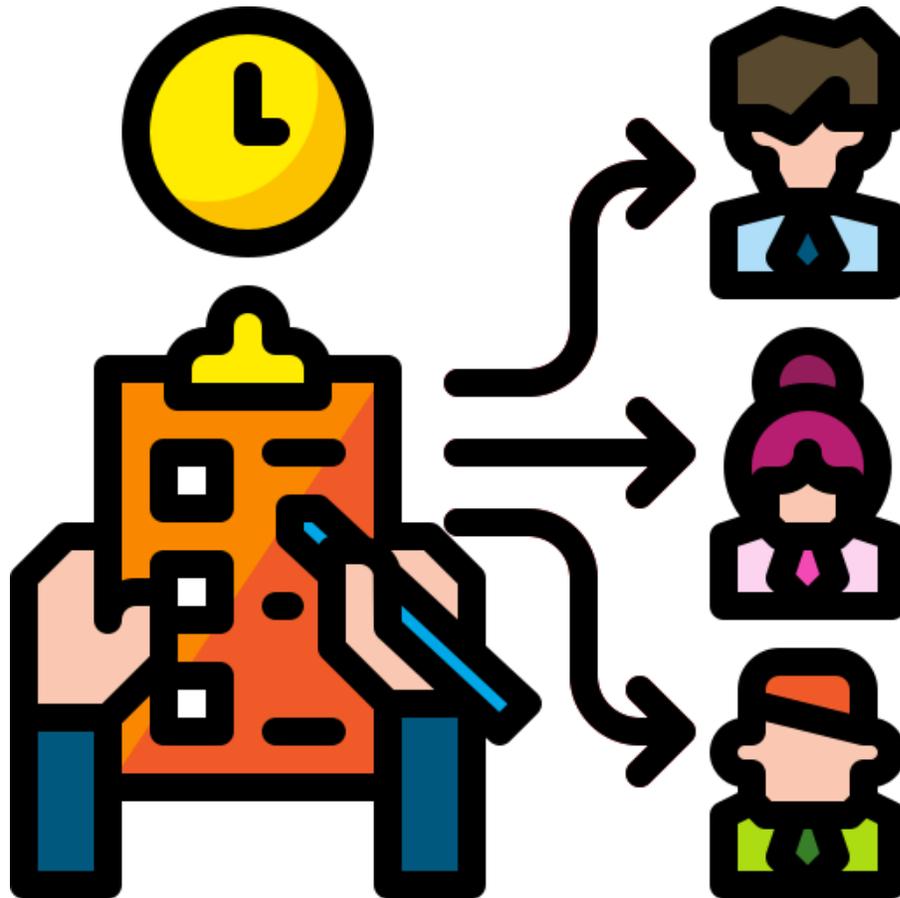
# Definición & Gestión de Indicadores

## Planeación Estratégica



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Proyecciones Financieras	Asertividad de pronóstico	Evaluar la calidad de la planeación estratégica y la exactitud de las proyecciones financieras	$\frac{((\text{Valor pronosticado} - \text{Valor real})}{\text{Valor real}} * 100$	%	Mensual



### PROCESOS

6.1 Gestión de Compras

6.2 Gestión de Precios

6.3 Contabilidad

6.4 Tesorería

6.5 Facturación

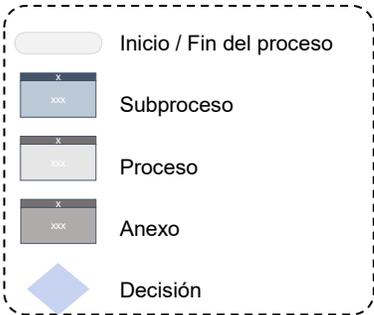
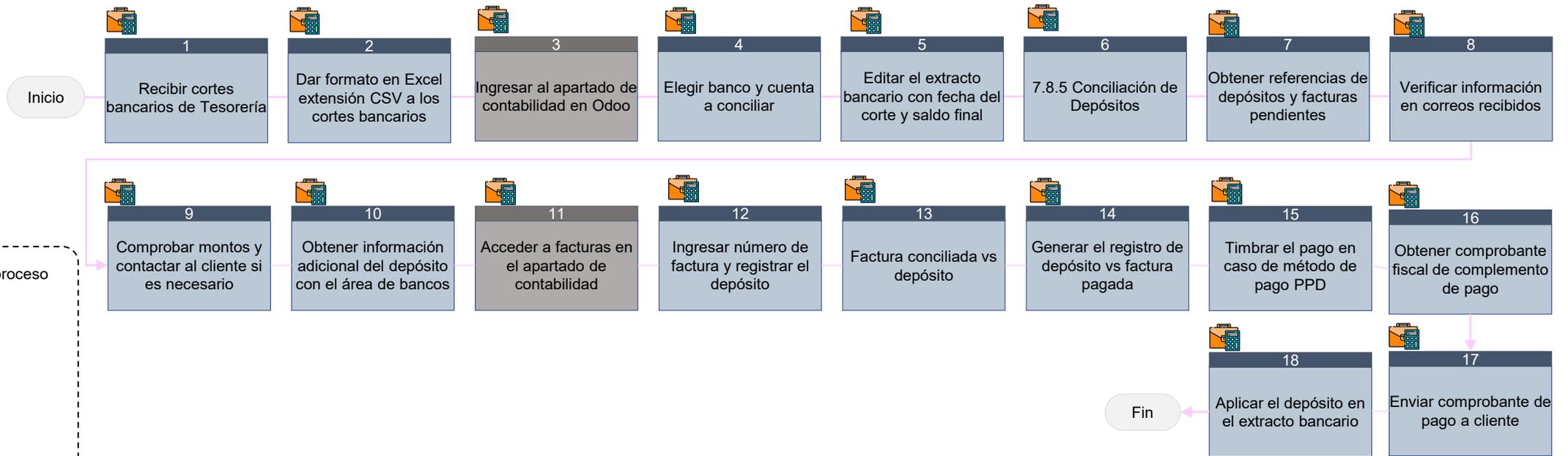
6.6 Control Presupuestario

6.7 Planeación Estratégica

6.8 Cobranza

6.9 Comisiones





### Información Pertinente

#### Indicadores

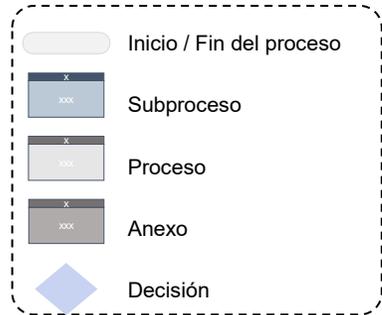
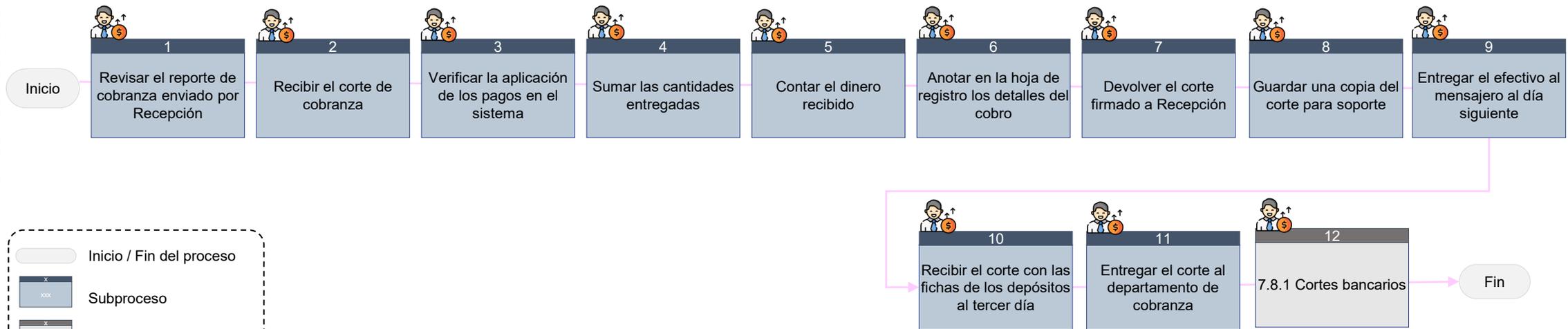
- # cortes dados de alta en sistema

#### Responsables

Auxiliar Contable

#### Consideraciones

- (2) Excluir otros ingresos (depósitos ajenos a cobranza)  
Consultar instructivo: 7.8.3 Cortes Diarios y Depósitos en Banco
- (4) Se tiene un instructivo de trabajo
- (12) ANEXO DE APLICACIÓN DE PAGOS A FACTURAS



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Cobranza promedio por día

#### Responsables

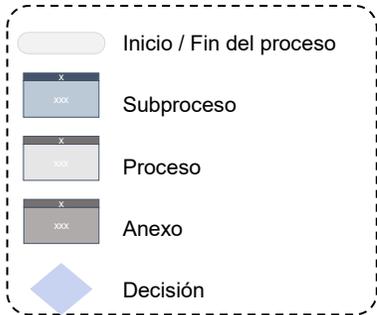
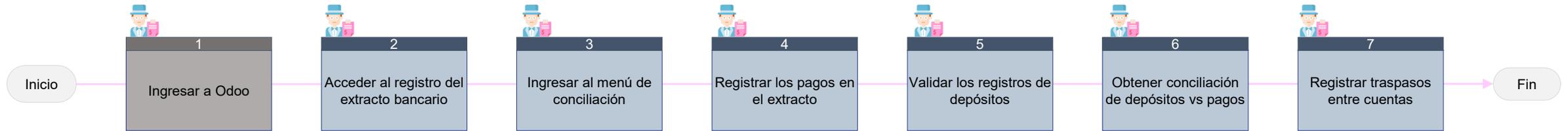
Departamento de Cobranza

#### Consideraciones

- El reporte se le debe de pedir a recepción
- Para el caso de las sucursales, el reporte se solicita por correo electrónico
- Para el caso de las sucursales, la encargada de sucursal es la responsable de realizar los depósitos al banco
- Realizar conciliación



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiempo de Conciliación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tesorería</li> <li>Asesor Comercial</li> <li>Crédito y Cobranza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(2) Verificar referencias de depósitos y facturas. Correos de confirmación de depósito y facturas. Verificar montos depositados vs montos de facturas</li> <li>(2) Excluir otros ingresos (depósitos ajenos a cobranza)</li> <li>(9) En caso de pago PPD ("Pago de Proveedor Directo")</li> <li>(12) Enviar a los asesores, carteras de cuentas por cobrar los días 5 y 20 de cada mes)</li> <li>Consultar instructivo: 7.8.3 Cortes Diarios y Depósitos en Banco</li> </ul>



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Tiempo de conciliación</li></ul>	Crédito y Cobranza	(7) Este paso se realiza solo en los casos que aplique, de lo contrario se finaliza el proceso

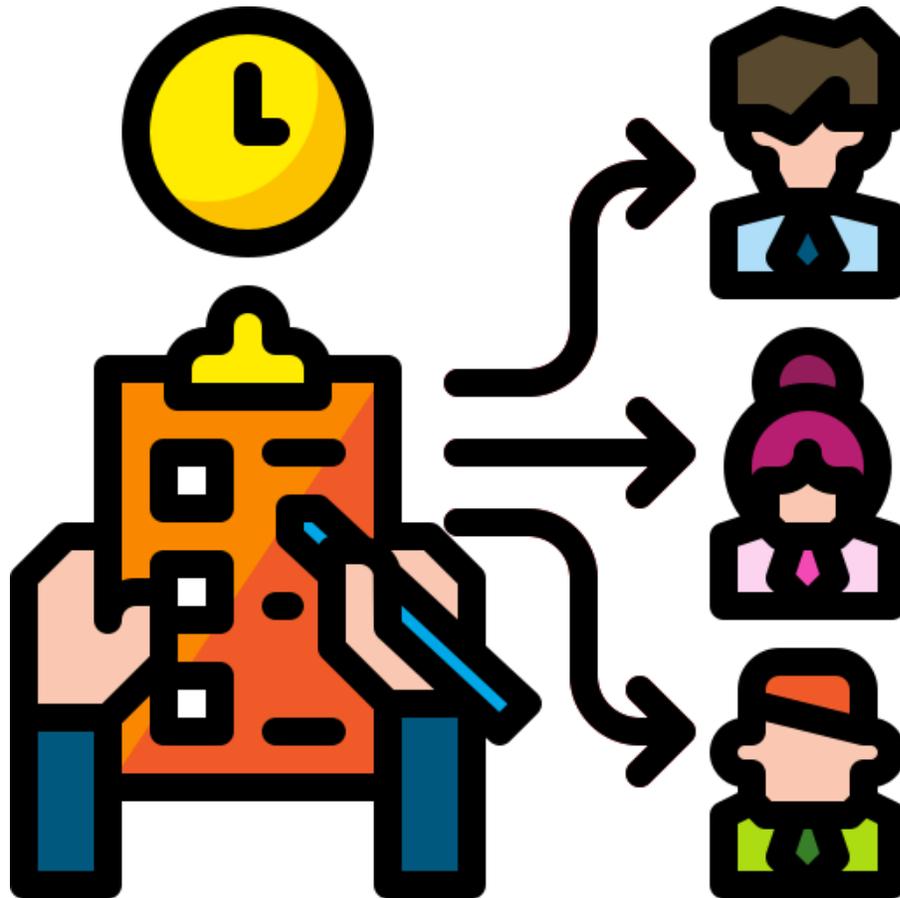
# Definición & Gestión de Indicadores

Cobranza



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Cortes Diarios y Depósitos en Banco	# de cortes dados de alta en sistema	Evaluar la precisión y la integridad de las altas en el sistema contable en comparación con los depósitos realizados en el banco	<i># de cortes dados de alta</i>	#	Mensual
Cobranza física por Unidad de Negocio	Cobranza promedio por día	Obtener una visión clara y cuantitativa del desempeño de la gestión de cobranza en cada una de las unidades de negocio	$\frac{\text{(Suma total de cobranza física por BU)}}{\text{(Número de días)}}$	\$	Semanal
Conciliación de Depósitos	Tiempo de conciliación	Mejorar la eficiencia operativa, optimizar recursos, cumplir con plazos y requerimientos regulatorios, y brindar una visión clara del desempeño de proceso de conciliación	$\frac{\text{(Hr de finalización - Hora de inicio)}}{\text{Número de procesos}}$	hrs	Diario
Gestión de Ingresos	Tiempo de conciliación	Medir la eficiencia y la rapidez con la que se realizan las conciliaciones de ingresos	$\frac{\text{(Tiempo total dedicado a conciliaciones)}}{\text{Numero total de conciliaciones realizadas}}$	hrs	Semanal



### PROCESOS

6.1 Gestión de Compras

6.2 Gestión de Precios

6.3 Contabilidad

6.4 Tesorería

6.5 Facturación

6.6 Control Presupuestario

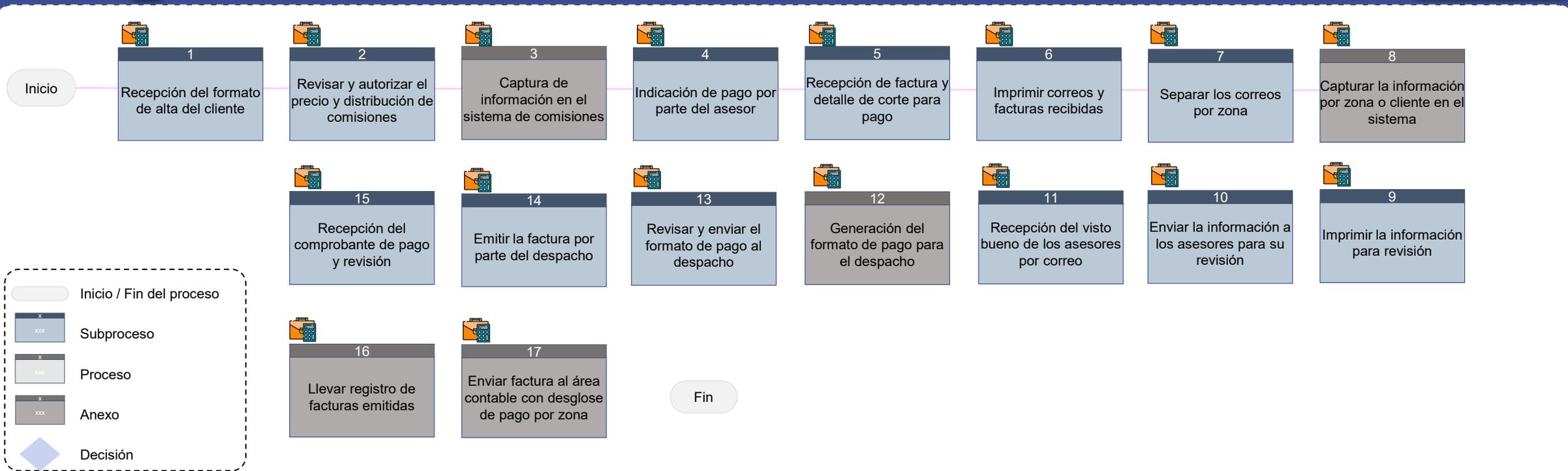
6.7 Planeación Estratégica

6.8 Cobranza

6.9 Comisiones



## 6.9.1 Pago de Comisiones - Agencias



Inicio / Fin del proceso  
 Subproceso  
 Proceso  
 Anexo  
 Decisión

Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Comisiones pagadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Auxiliar Contable</li> <li> Responsable de Nómina</li> </ul>	<p>(5) Los correos se reciben en comisiones@rgmexico.com.mx para Rigo México y en comisiones@apeq.com.mx para Grupo Rimex Automotriz</p>

# Definición & Gestión de Indicadores

Cobranza

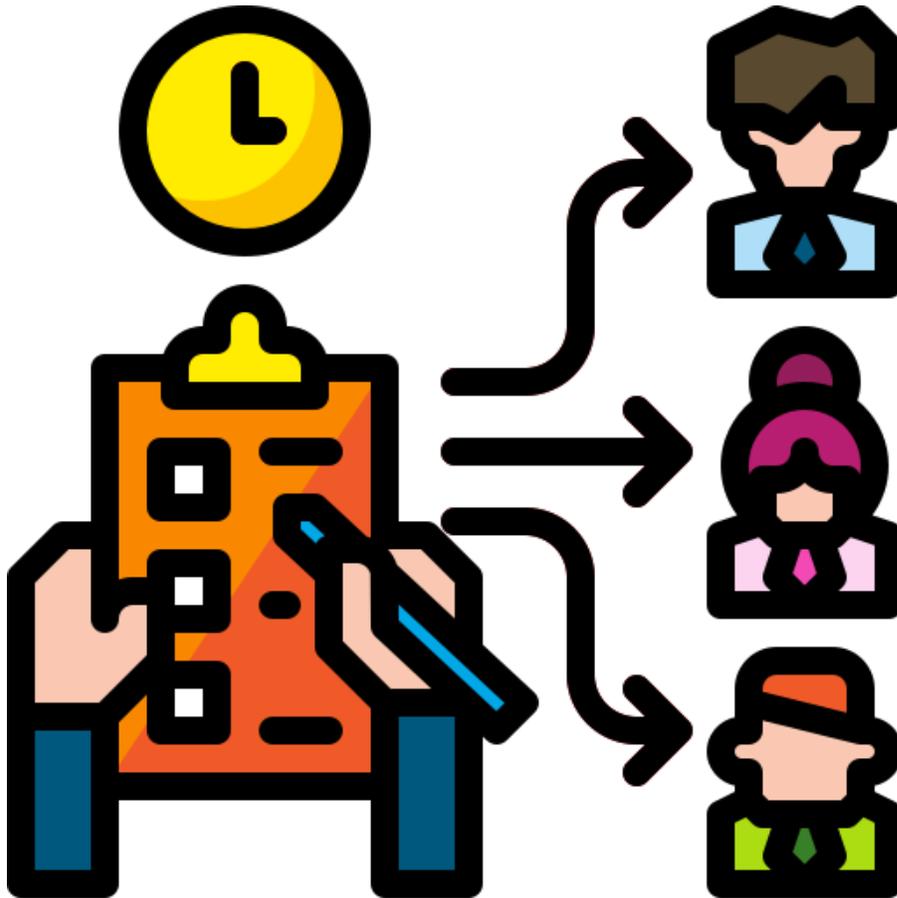


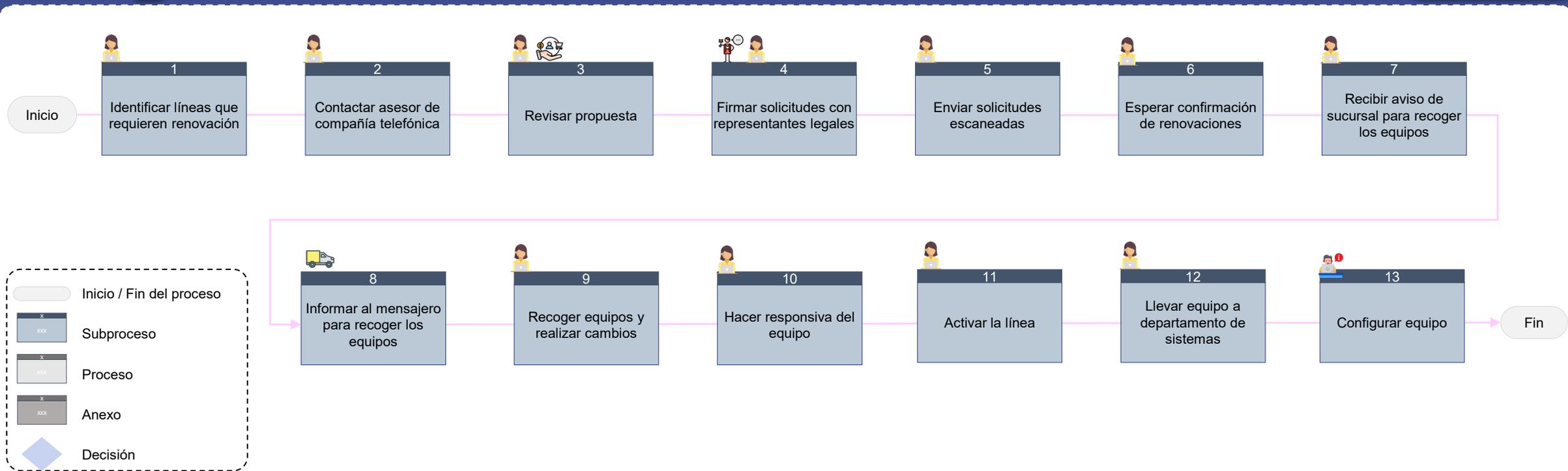
## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Pago de Comisiones - Agencias	Comisiones pagadas	Evaluar y controlar los costos relacionados con las comisiones y asegurar que los pagos se realicen de manera precisa y oportuna	<i>Suma de todos los montos de comisiones pagadas a los beneficiarios</i>	\$	Semestral

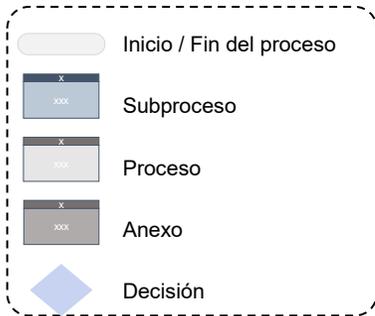
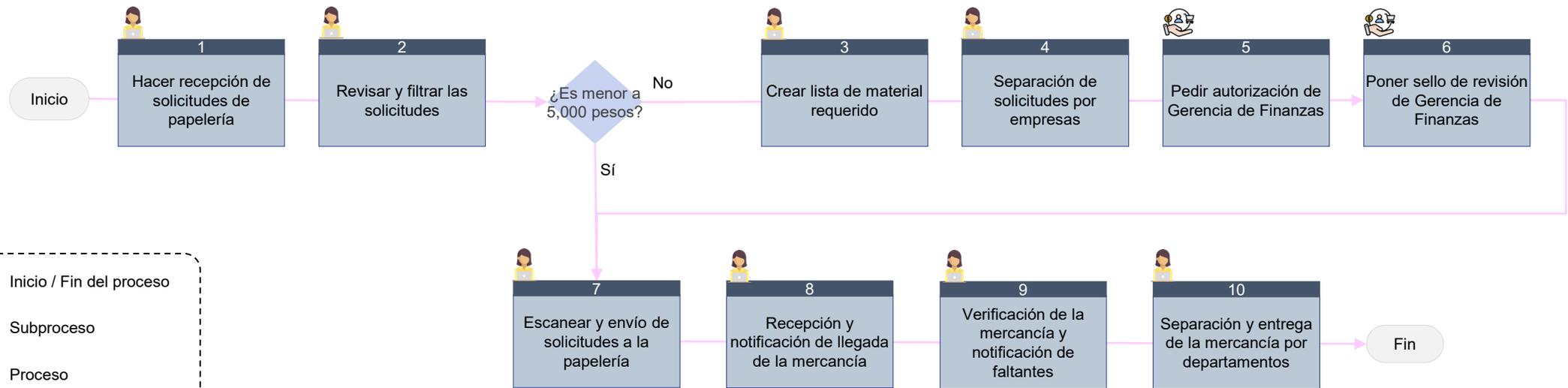
### PROCESOS

#### 6.10 Asistente de finanzas





Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Costo promedio de renovación</li> <li>Tiempo promedio de vida útil de los dispositivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Representante Legal</li> <li>Gerente Admon. Y Finanzas</li> <li>Repartidor</li> <li>Auxiliar de Sistemas</li> <li>Responsable de compras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(2) Solicitar propuestas de planes telefónicos para equipos</li> <li>(9) Se asignan 5 días para la devolución</li> </ul>



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Costo promedio por pedido
- Tiempo promedio de respuesta a solicitudes de papelería

#### Responsables

- Responsable de compras
- Gerencia de Finanzas

#### Consideraciones

(1) Se realiza los días 10 y 15 de cada mes

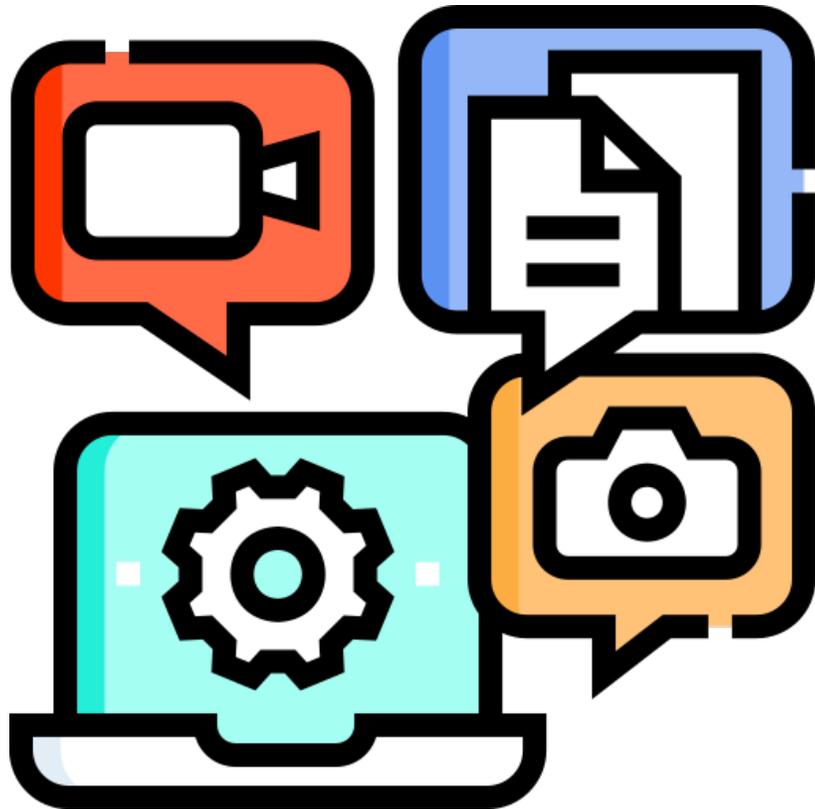
# Definición & Gestión de Indicadores

Asistente de finanzas



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Renovación de Líneas Celulares	Costo promedio de renovación	Evaluar y controlar los gastos asociados con la renovación de contratos y mantener las líneas activas	$\frac{\text{Costo total de renovación}}{\text{Número de renovaciones}}$	\$	Anual
	Tiempo promedio de vida útil de los dispositivos	Evaluar la duración y eficiencia de los dispositivos utilizados en la organización	$\frac{\text{Suma de la duración de vida de los dispositivos}}{\text{Número total de dispositivos renovados}}$	meses	Anual
Pedido de Papelería	Costo promedio por pedido	Identificar oportunidades para optimizar los costos de los pedidos, buscar proveedores más rentables e implementar estrategias más eficientes	$\frac{\text{Costo total de los pedidos}}{\text{Número de pedidos}}$	\$	Mensual
	Tiempo promedio de respuesta a solicitudes de papelería	Identificar oportunidades para mejorar la rapidez en la respuesta a las solicitudes, agilizar el proceso de adquisición y satisfacer las necesidades de los deptos.	$\frac{\text{Suma de los tiempos de respuesta}}{\text{Número total de solicitudes de papelería}}$	Hrs.	Trimestral



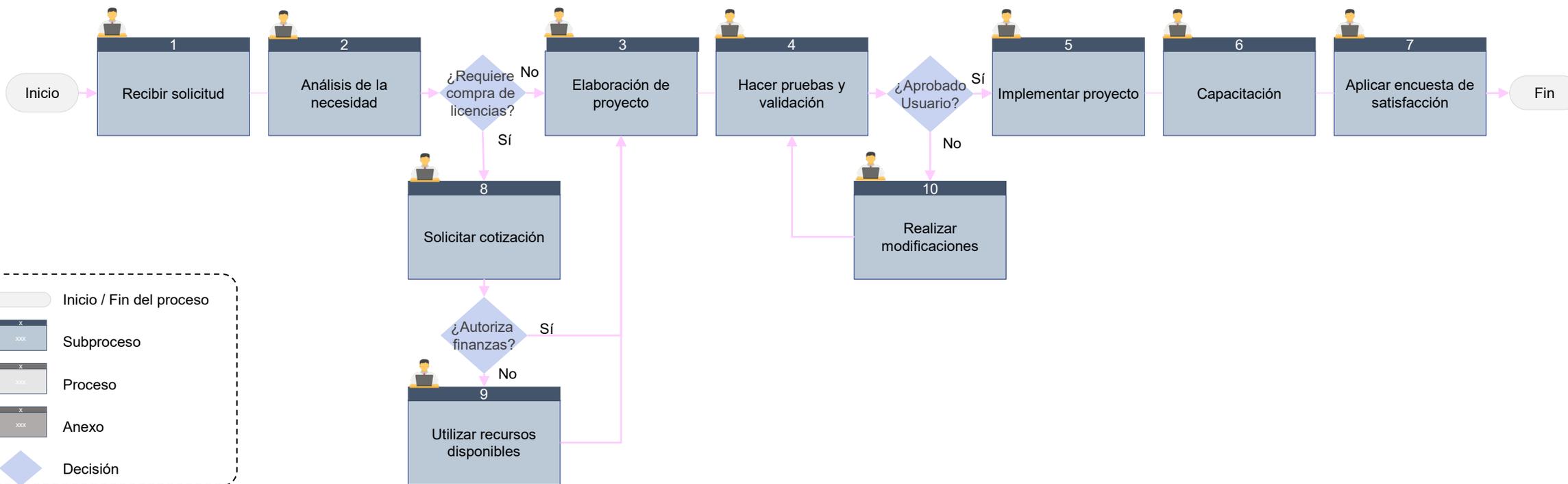
## PROCESOS

### 7.1 Gestión de TI



# Gestión de Infraestructura

## 7.1.1 Diseño y Desarrollo de Aplicativos



### Información Pertinente

#### Indicadores

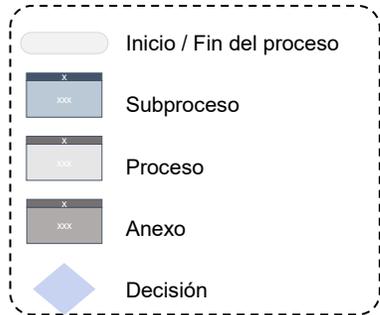
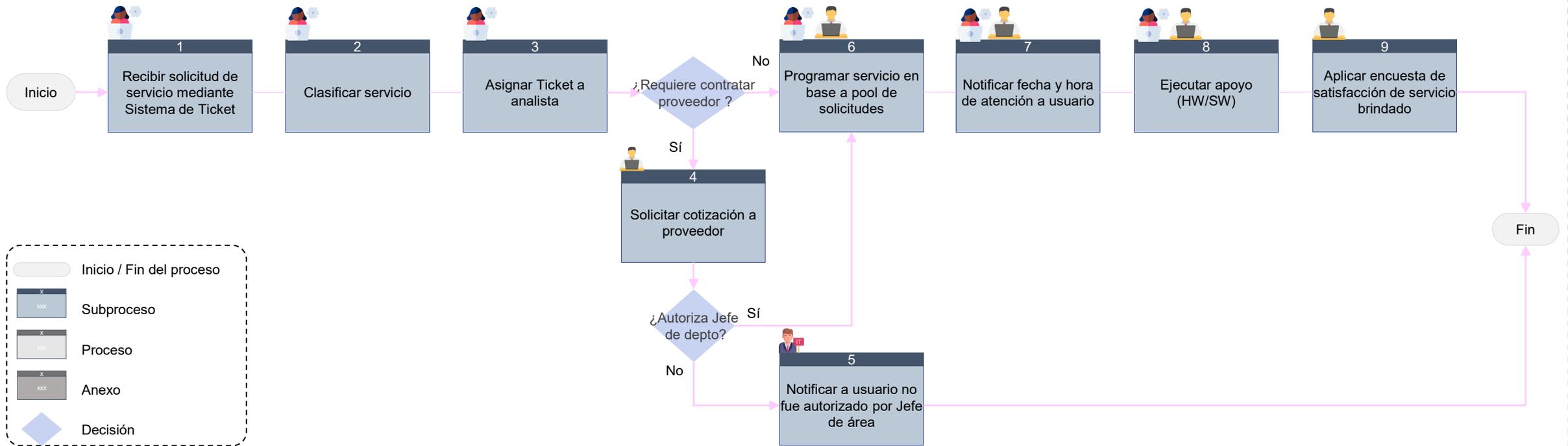
- # Total de tickets
- Tiempos promedio de resolución

#### Responsables

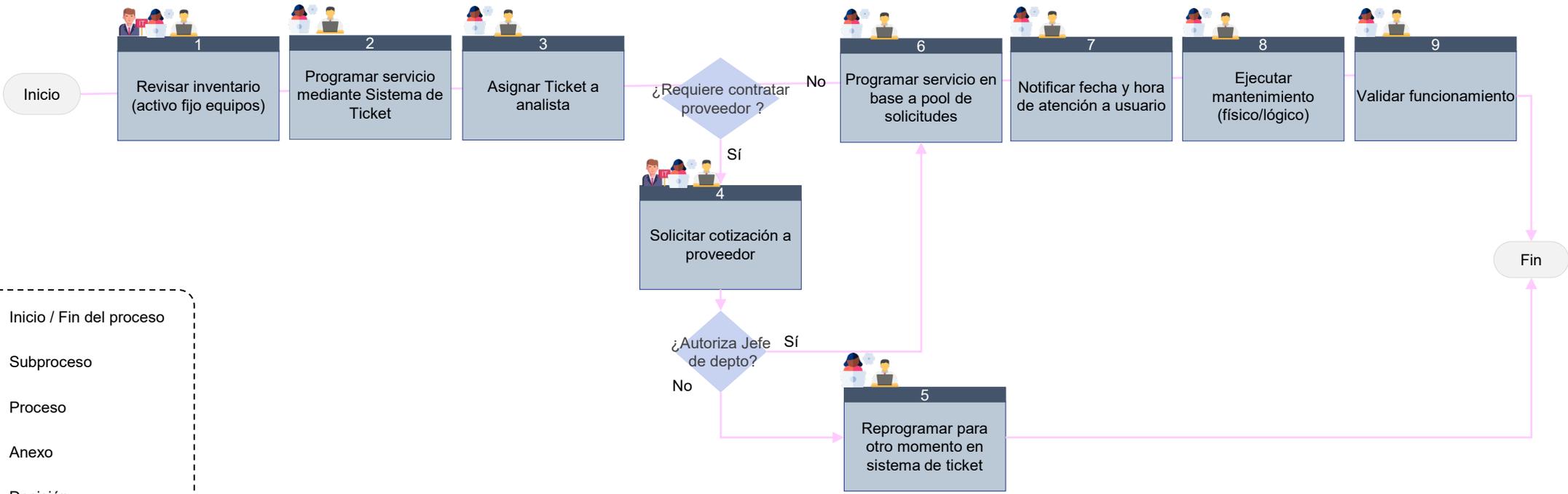
Analista especialista

#### Consideraciones

- (1) Tipo de solicitud: Personal, teléfono, WhatsApp, Chat Odo.
- (2) Cotizar con el proveedor  
Consultar Manual de análisis de tickets de servicios de asistencia TI para el caso de indicadores.



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li># Total de tickets</li> <li>Tiempos promedio de resolución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente de TI</li> <li>Analistas soporte general</li> <li>Analista especialista</li> </ul>	<p>(1) Tipo de solicitud: Personal, teléfono, WhatsApp, Chat Odo.</p> <p>(2) Clasificar de acuerdo al nivel de importancia o nivel de urgencia.</p> <p>(3) Asignar a técnico de acuerdo a la categoría.</p> <p>(8) HW/SW: Hardware/Software</p> <p>Consultar Manual de análisis de tickets de servicios de asistencia TI para el caso de indicadores</p>

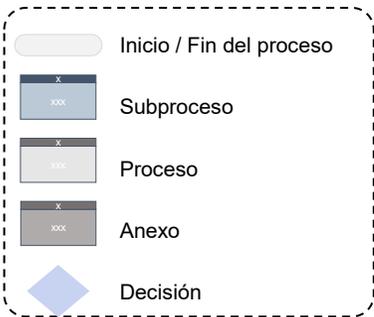
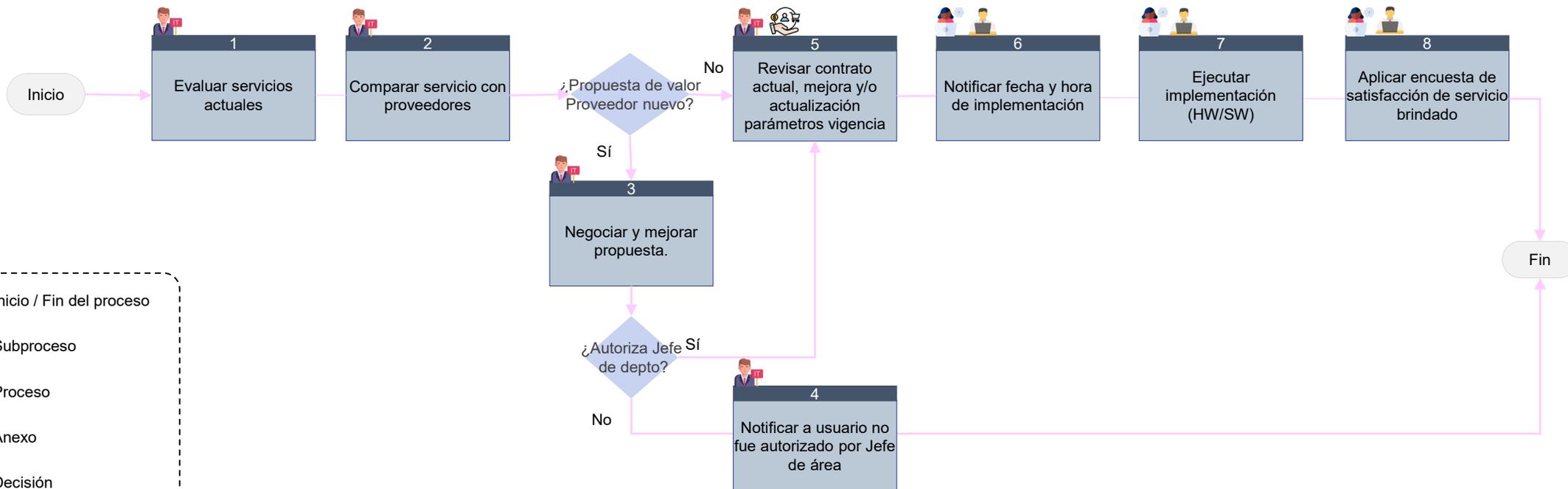


○ Inicio / Fin del proceso  
 ▭ Subproceso  
 ▭ Proceso  
 ▭ Anexo  
 ◆ Decisión

Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiempo promedio de resolución de incidencias</li> <li>Nivel de satisfacción del cliente interno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente de TI</li> <li>Analistas soporte general</li> <li>Analista especialista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) Revisión de listado de mantenimientos a realizar.</li> <li>(2) Tipo de Ticket: Personal, teléfono, WhatsApp, Chat Odoo.</li> <li>(3) Asignar a técnico de acuerdo a la categoría.</li> </ul>

# Gestión de Proveedores

## 7.1.4 Contratos/Convenios



### Información Pertinente

#### Indicadores

- # Total de tickets total

#### Responsables

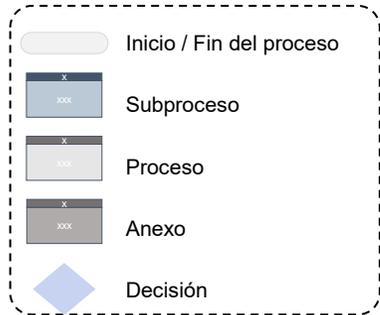
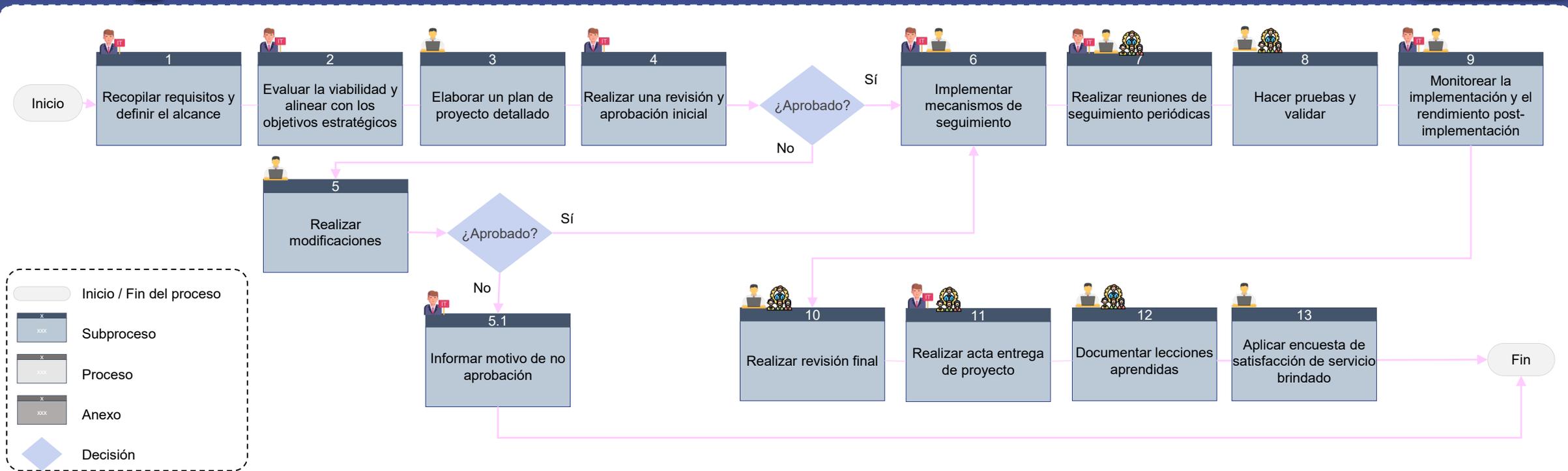
- Gerente de TI
- Analistas soporte general
- Analista especialista
- Gerente de finanzas

#### Consideraciones

- (1) Realizar esta actividad mínimo una vez por año
  - (2) Proveedores top 3: ranking local, regional, nacional.
  - (3) Realizar FODA proveedor vigente vs proveedor nuevo.
  - (8) HW/SW: Hardware/Software
  - (9) Aplicar encuesta 30 días después
- Consultar Manual de análisis de tickets de servicios de asistencia TI para el caso de indicadores.

# Gestión de Proveedores

## 7.1.5 Desarrollo de Nuevos Proyectos



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Cantidad de proyectos nuevos
- Cantidad proyectos upgrade a sistemas existentes
- Cumplimientos SLA
- Hrs invertidas anuales

#### Responsables

- Gerente de TI
- Analistas soporte general
- Analista especialista
- Stakeholders ( Usuarios involucrados)

#### Consideraciones

- (1) Trabajar en estrecha colaboración con los stakeholders.
- (2) Analizar la viabilidad técnica, financiera y operativa del proyecto.
- (3) Crear un plan de proyecto que incluya actividades, tareas, hitos y plazos claros.
- (4) Presentar el plan de proyecto a los stakeholders relevantes y obtener su revisión y aprobación inicial.
- (5) Establecer métricas y KPIs
- (13) Aplicar a quien solicitó el desarrollo del proyecto

# Definición & Gestión de Indicadores

Gestión de TI



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Diseño y Desarrollo de Aplicativos	# Total de tickets	el recuento total de todos los tickets relacionados con el proceso de Diseño y Desarrollo de Aplicativos	<i>No. Total de tickets</i>	Tickets.	Mensual
	Tiempo promedio de resolución	Mejorar la satisfacción del usuario, evaluar la eficiencia del equipo de soporte técnico y establecer expectativas realistas	$\frac{\text{Suma de los tiempos de resolución}}{\text{Número total de solicitudes}}$	Hrs.	Mensual
Gestión de Solicitudes – Por Ticket	# Total de tickets	el recuento total de todos los tickets relacionados con el proceso de Diseño y Desarrollo de Aplicativos	<i>No. Total de tickets</i>	Tickets.	Mensual
	Tiempo promedio de resolución	Mejorar la satisfacción del usuario, evaluar la eficiencia del equipo de soporte técnico y establecer expectativas realistas	$\frac{\text{Suma de los tiempos de resolución}}{\text{Número total de solicitudes}}$	Hrs.	Mensual
Planeación de Mantenimientos	<i>Tiempo promedio de resolución de incidencias</i>	Evaluar la eficiencia y efectividad en la resolución de problemas y atención de incidencias	$\frac{\text{Tiempo total de resolución}}{\text{Número de incidencias resueltas}}$	Hrs	Semanal
	Nivel de satisfacción del cliente interno	Evaluar la satisfacción de los clientes con los servicios y procesos de gestión de almacén.	$\frac{\text{Número de respuestas positivas}}{\text{Número total de respuestas}} * 100$	%	Semestral
Contratos/Convenios	# Total de tickets	el recuento total de todos los tickets relacionados con el proceso de Diseño y Desarrollo de Aplicativos	<i>No. Total de tickets</i>	Tickets.	Mensual
Desarrollo de Nuevos Proyectos	<i>Cantidad de proyectos nuevos</i>	Obtener una visión cuantitativa del flujo de proyectos y evaluar el nivel de innovación y crecimiento en el área de TI	<i>Número total de proyectos que cumplen con los criterios de nuevos iniciados durante el periodo seleccionado</i>	Proyectos	Semestral
	<i>Cantidad de proyectos upgrade a sistemas existentes</i>	Obtener una visión cuantitativa de las actividades de mejora y evolución de los sistemas existentes	<i>Número total de proyectos de actualización iniciados durante el periodo seleccionado</i>	Proyectos	Semestral

# Definición & Gestión de Indicadores

Gestión de TI



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Desarrollo de Nuevos Proyectos	Cumplimientos de SLA	Evaluar y monitorear el grado en que servicios y proyectos de TI que cumplen los compromisos establecidos en los acuerdos de nivel de servicio	$\frac{(\# \text{ de proyectos nuevos que cumplieron con los criterios del SLA})}{\text{Número total de proyectos nuevos}} * 100$	%	Semestral
	Hrs. Invertidas	Obtener una visión cuantitativa del esfuerzo y los recursos dedicados a la ejecución de proyectos en el área de TI	<i>Sumatoria de todas las horas invertidas en todos los proyectos durante el período seleccionado</i>	Hrs	Semestral



## PROCESOS

8.1 Gestión Jurídica

8.2 Controles internos y externos

8.3 Privacidad





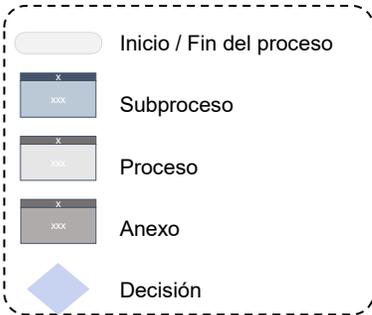
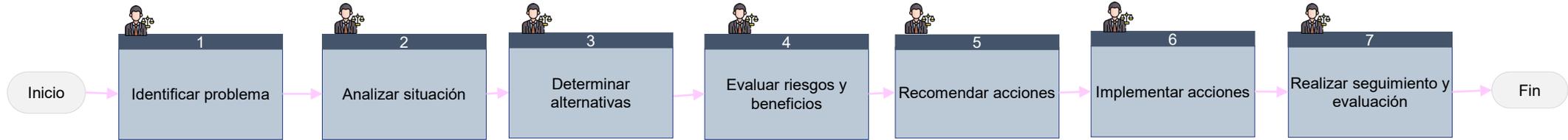
## PROCESOS

8.1 Gestión Jurídica

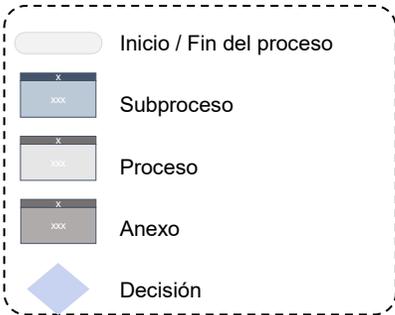
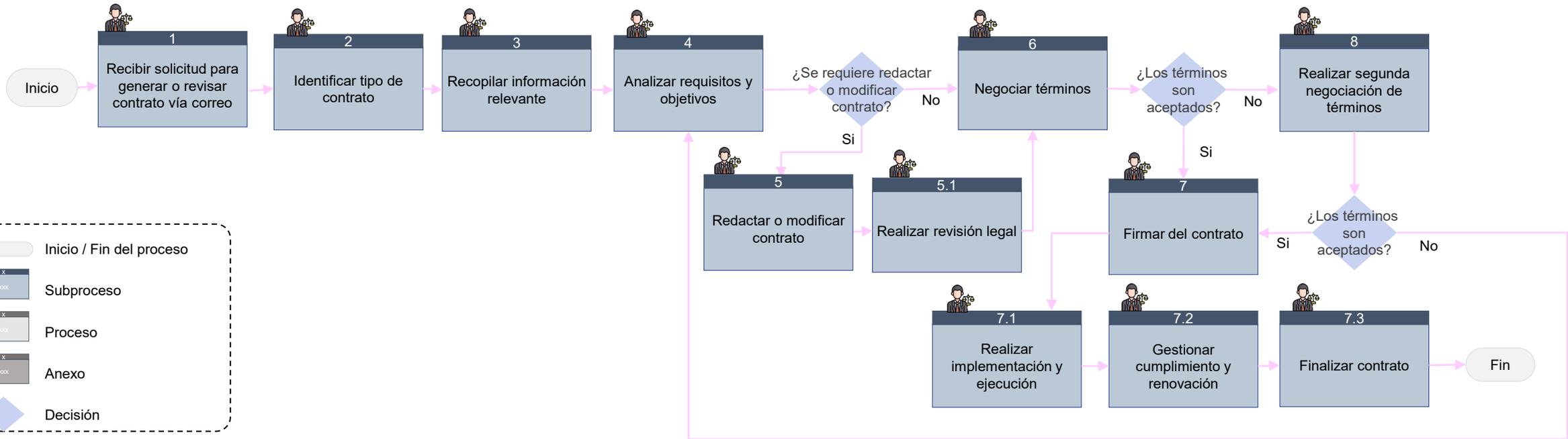
8.2 Controles internos y externos

8.3 Privacidad





Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>% de resolución de casos.</li></ul>	 Abogado general	1. El canal de comunicación con los demás departamentos es vía correo.



### Información Pertinente

#### Indicadores

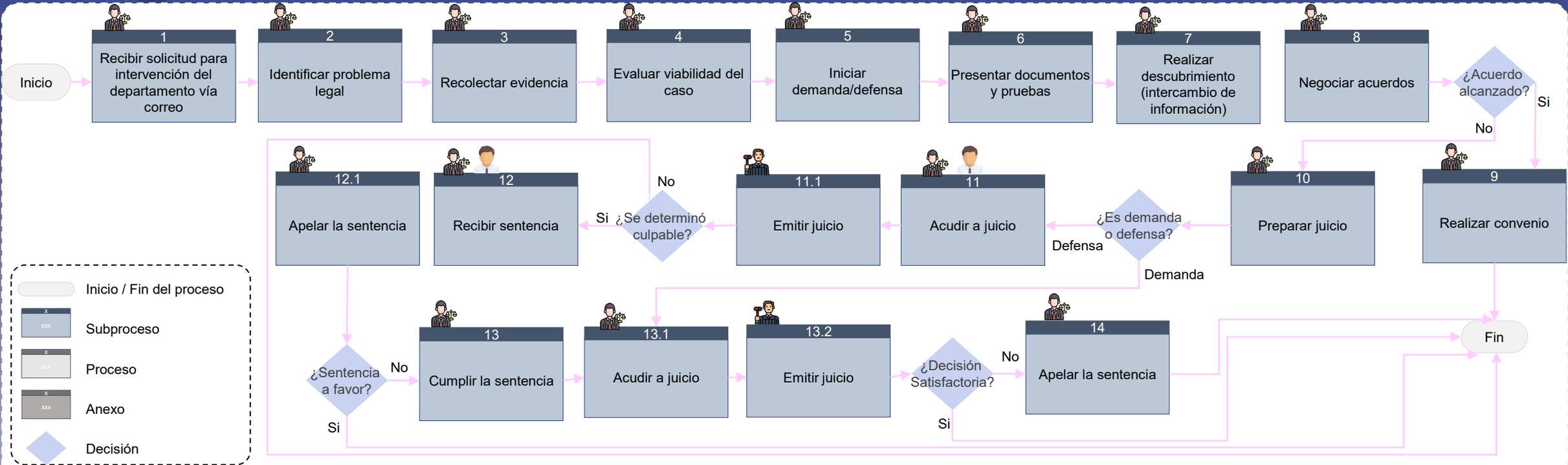
- Cumplimiento de plazos.
- No. Contratos realizados o modificados.
- % de contratos negociados exitosamente.

#### Responsables

Abogado general

#### Consideraciones

1. Todas las solicitudes deben ser solicitadas vía correo.



### Información Pertinente

#### Indicadores

% de éxito en litigios.  
Número de casos por categoría.

#### Responsables

- Abogado general
- Demandante/demandando
- Juez

#### Consideraciones

- Todas las solicitudes deben ser solicitadas vía correo.
- La evidencia que se presente deben ser sólidas, es necesario organizar y gestionar toda documentación relevante.

# Definición & Gestión de Indicadores

Gestión Jurídica



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Asesoría jurídica	% de resolución de casos	Medir el porcentaje de casos legales o consultas que se resuelven de manera satisfactoria para la organización.	$\frac{(\text{Casos resueltos})}{(\text{Casos totales})} * 100$	%	Mensual
	Cumplimiento de plazos	Evaluar la capacidad para cumplir con los plazos establecidos en los contratos.	$\frac{(\text{No. de contratos entregados a tiempo})}{(\text{Total de contratos gestionados})} * 100$	%	Mensual
Gestión de contratos	No. Contratos realizados o modificados	Medir la cantidad de contratos que han sido realizados o modificados en determinado periodo de tiempo.	<i>Cantidad total de contratos realizados o modificados.</i>	Contratos	Trimestral
	% de contratos negociados exitosamente	Medir el porcentaje de contratos exitosos	$\frac{(\text{No. de contratos exitosos})}{(\text{Total de contratos gestionados})} * 100$	%	Mensual
Litigio	% de éxito en litigios.	Evaluar el porcentaje de casos legales ganados en comparación con el total de casos disputados.	$\frac{(\text{No. de litigios ganados})}{(\text{Total de litigios})} * 100$	%	Mensual
	Número de casos por categoría.	Clasificar los casos legales por categorías específicas, como litigios laborales, litigios de propiedad intelectual, litigios de contratos.	<i>Cantidad total de casos por categoría</i>	Casos	Trimestral



## PROCESOS

8.1 Gestión Jurídica

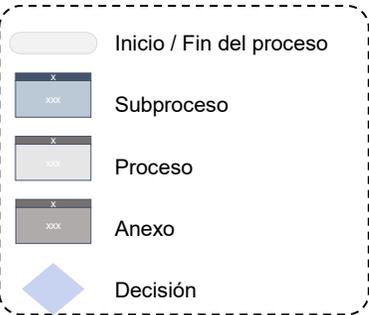
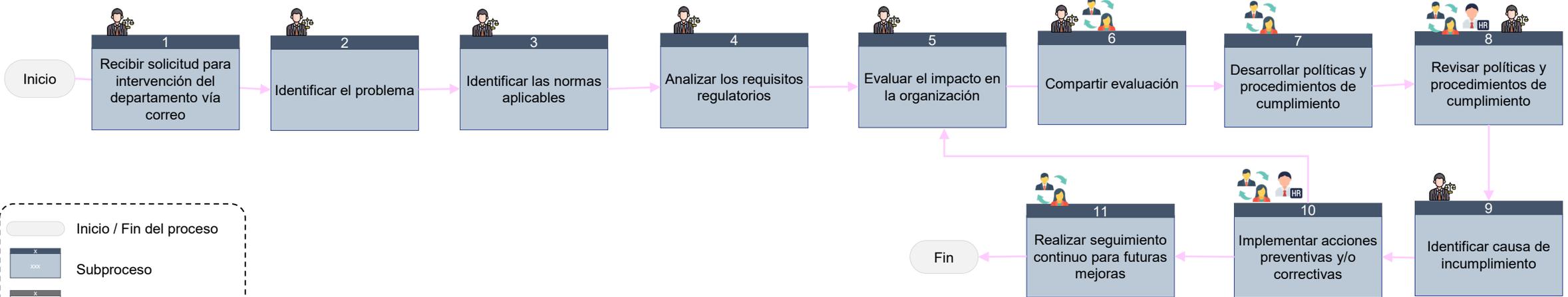
8.2 Controles internos y externos

8.3 Privacidad



# Controles internos y externos

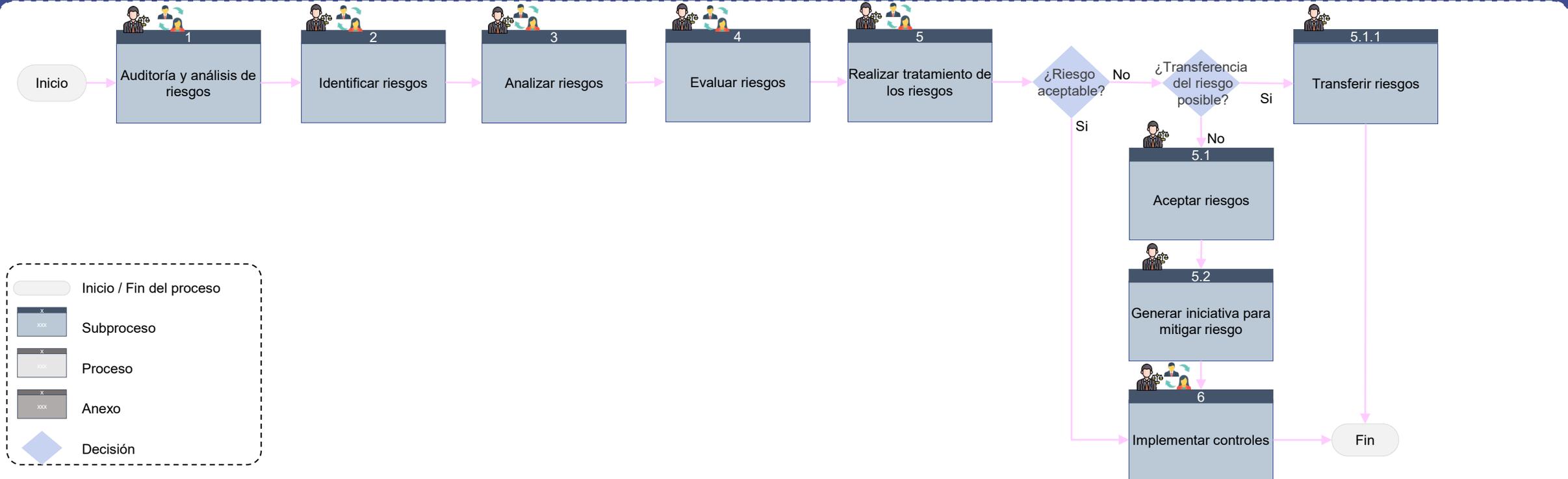
## 8.2.1 Cumplimiento normativo



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>% de cumplimiento de normativas.</li><li>Número de violaciones y sanciones.</li><li>% de implementación de controles internos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Abogado general</li><li>Mejora continua</li><li>Recursos Humanos</li></ul>	<ol style="list-style-type: none"><li>Todas las solicitudes deben ser solicitadas vía correo.</li><li>Debe existir una actualización continua que de paso a la adaptación a los cambios en las leyes y regulaciones.</li></ol>

# Controles internos y externos

## 8.2.2 Prevención de riesgos



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Número de riesgos totales.
- % de transferencia de riesgos.
- Número de riesgos por categoría.

#### Responsables

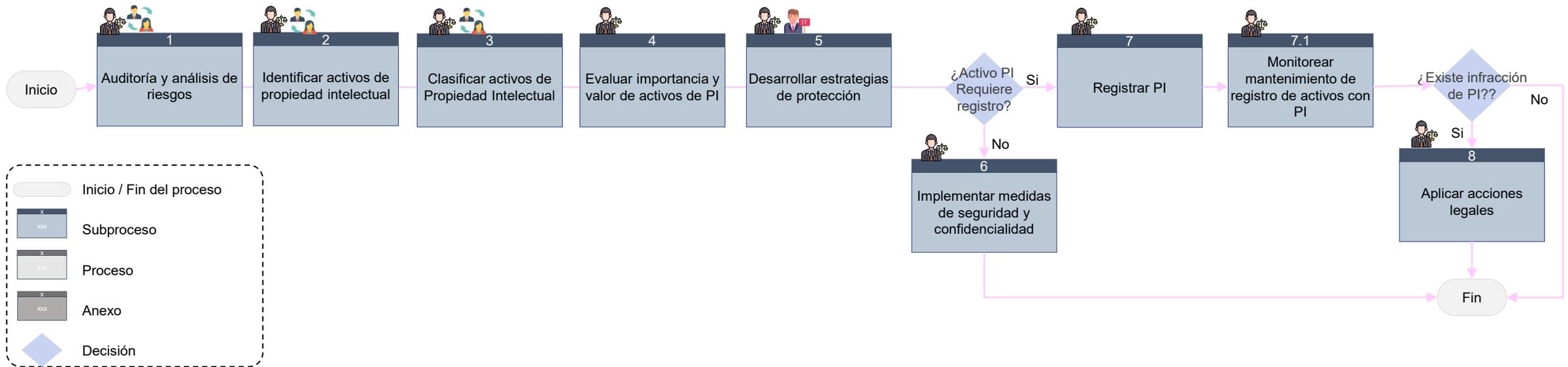
- Abogado general
- Mejora continua

#### Consideraciones

1. Los riesgos pueden incluir: riesgos operacionales, de cumplimiento, fraude, conflicto de intereses y de seguridad.

# Controles internos y externos

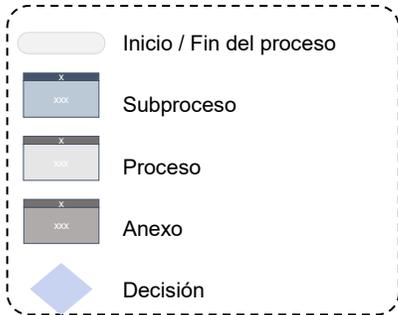
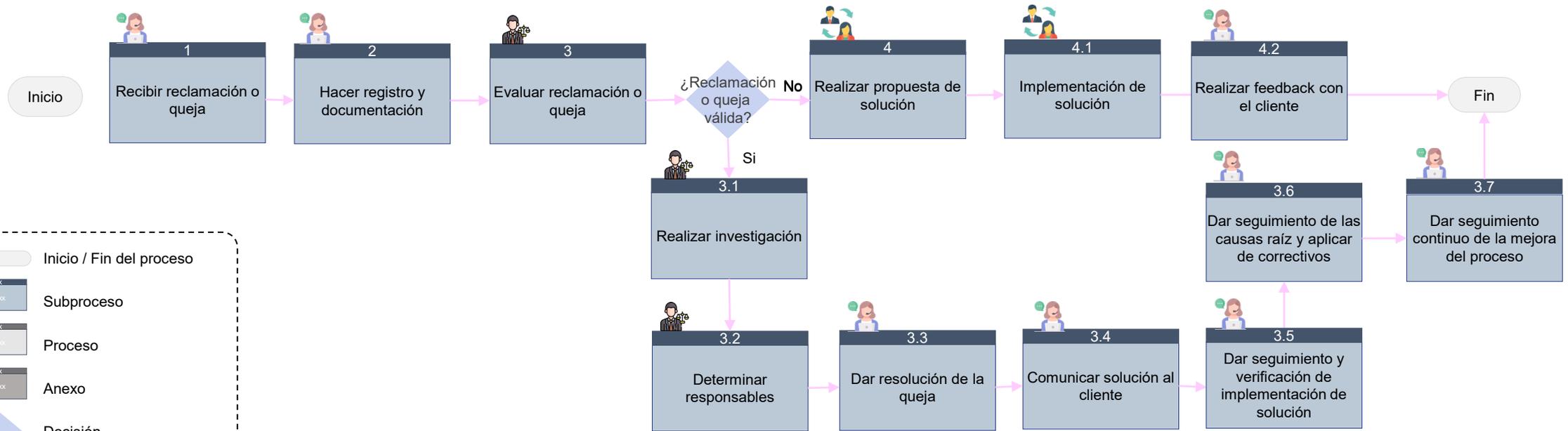
## 8.2.3 Propiedad intelectual



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de activos de propiedad intelectual.</li> <li>% de éxito en la obtención de derechos de PI.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abogado general</li> <li>Gerente de TI</li> <li>Mejora continua</li> </ul>	<p>(5) Algunas estrategias pudieran ser: agregar cláusulas de confidencialidad y propiedad intelectual a los contratos laborales, solicitar patentes para la protección de ideas e implementar medidas tecnológicas efectivas.</p>

# Controles internos y externos

## 8.2.4 Gestión de reclamación y quejas



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Número total de reclamaciones y quejas.
- % de reclamaciones y quejas resueltas satisfactoriamente.

#### Responsables

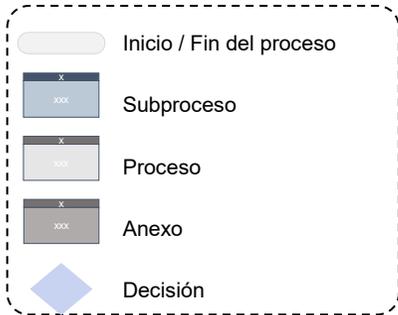
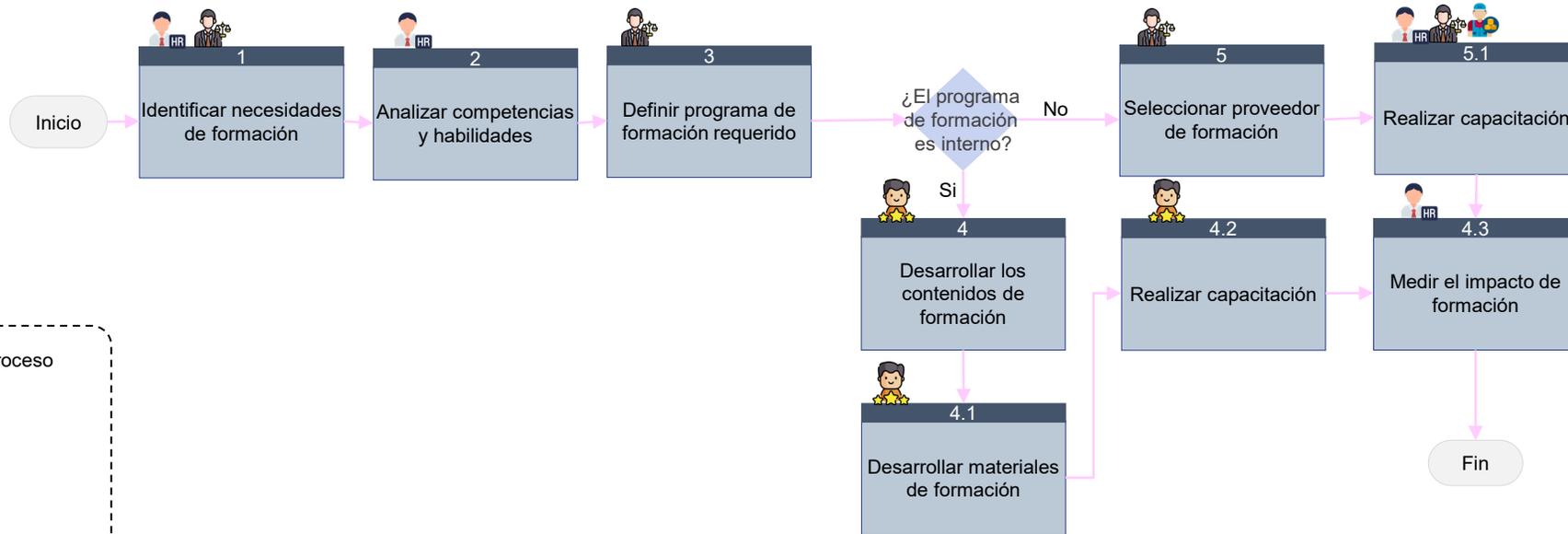
- Abogado general
- Atención a clientes
- Mejora continua

#### Consideraciones

- (1) Los canales de recepción de quejas pueden ser vía correo, presencial o llamada telefónica.
- (2) Debe existir un registro detallado de todas las reclamaciones y quejas recibidas.

# Controles internos y externos

## 8.2.5 Formación y educación



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>% de participación en programas de capacitación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abogado general</li> <li>Recursos humanos</li> <li>Proveedor</li> <li>Subject Mater expert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) Las necesidades de formación pueden ser tanto individuales como a nivel organización.</li> <li>(2) Se debe evaluar la accesibilidad y flexibilidad a los programas.</li> </ul>

# Definición & Gestión de Indicadores

## Planeación de la Demanda Almacén



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Cumplimiento normativo	% de cumplimiento de normativas.	Evaluar la cantidad de violaciones identificadas durante un período de tiempo específico	$\frac{(\text{No. de acciones en cumplimiento de normativas}}{\text{Total de acciones requeridas por las normativas}} * 100$	%	Mensual
	Número de violaciones y sanciones	Evaluar la cantidad de violaciones identificadas durante un período de tiempo específico	<i>Cantidad total de sanciones y violaciones</i>	Sanciones	Mensual
	% de implementación de controles internos.	Medir el grado en que la organización ha implementado controles internos efectivos para garantizar el cumplimiento normativo	$\frac{(\text{No. de controles implementados}}{\text{Total de controles implementados}} * 100$	%	Mensual
Prevención de riesgos	Número de riesgos totales.	mide el número de accidentes y lesiones laborales ocurridos en un período de tiempo específico	<i>Cantidad total de riesgos totales</i>	Riesgos	Mensual
	% de transferencia de riesgos.	Medir la cantidad de contratos que han sido realizados o modificados en determinado periodo de tiempo.	$\frac{(\text{Total de riesgos transferidos}}{\text{Total de riesgos identificados}} * 100$	%	Trimestral
	Número de riesgos por categoría.	Clasificar los riesgos por categorías específicas	<i>Cantidad total de riesgos por categoría</i>	Riesgos	Mensual
Propiedad intelectual	Número de activos de propiedad intelectual.	Medir la cantidad total de activos de propiedad intelectual que posee el grupo.	<i>Cantidad total de activos de PI</i>	Activos de PI	Semestral

# Definición & Gestión de Indicadores

## Planeación de la Demanda Almacén



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Propiedad intelectual	% de éxito en la obtención de derechos de PI	Medir el porcentaje de solicitudes de propiedad intelectual que se aprueban y se convierten en derechos legales	$\frac{\text{No. de derechos de PI obtenidos exitosamente}}{\text{Total de solicitudes de derechos de PI}} * 100$	%	Trimestral
Gestión de reclamación y quejas	Número total de reclamaciones y quejas	Mide la cantidad de reclamaciones o quejas que se repiten con el tiempo	<i>Cantidad total de reclamaciones y quejas</i>	Reclamaciones y quejas	Mensual
	% de reclamaciones y quejas resueltas satisfactoriamente.	Medir el porcentaje de reclamaciones o quejas que se resuelven satisfactoriamente por el Grupo	$\frac{\text{No. de reclamaciones y quejas resueltas satisfactoriamente}}{\text{Total de reclamaciones y quejas recibidas}} * 100$	%	Mensual
Formación y educación	% de participación en programas de capacitación.	Mide el porcentaje de empleados que participan en programas de formación y desarrollo	$\frac{\text{No. total de colaboradores que participaron en programas de capacitación}}{\text{Total de colaboradores en la organización}} * 100$	%	Mensual



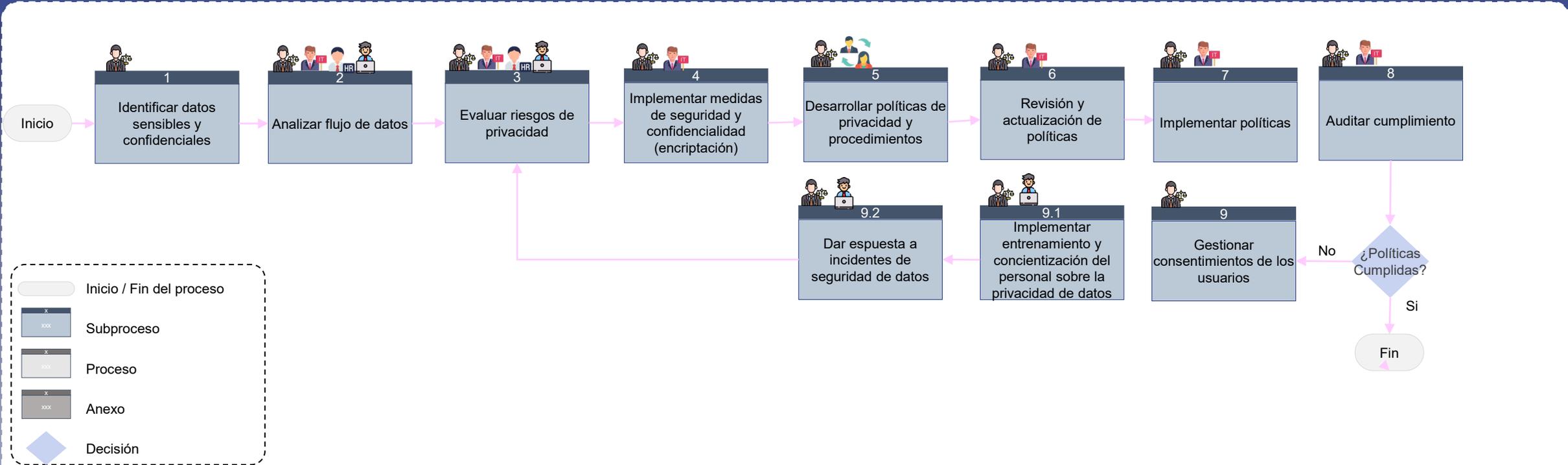
## PROCESOS

8.1 Gestión Jurídica

8.2 Controles internos y externos

8.3 Privacidad





Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de incidentes de seguridad de datos.</li> <li>Índice de cumplimiento normativo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abogado general</li> <li>Gerente de TI</li> <li>Responsable de Marketing</li> <li>Recursos Humanos</li> <li>Mejora continua</li> </ul>	<p>(6) Se deben desarrollar y comunicar políticas de privacidad claras y transparentes.</p>

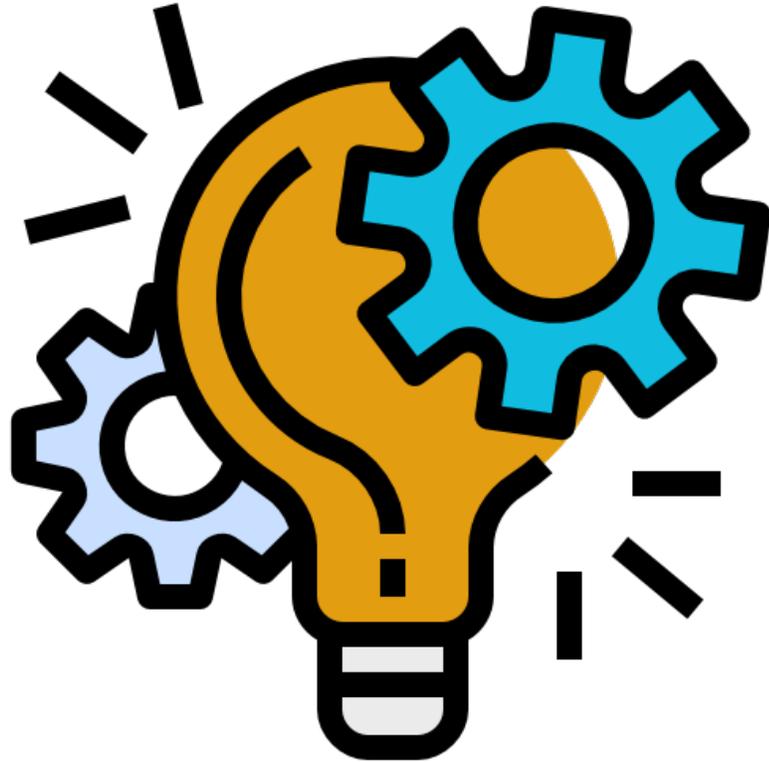
# Definición & Gestión de Indicadores

## Planeación de la Demanda Almacén



### KPI's

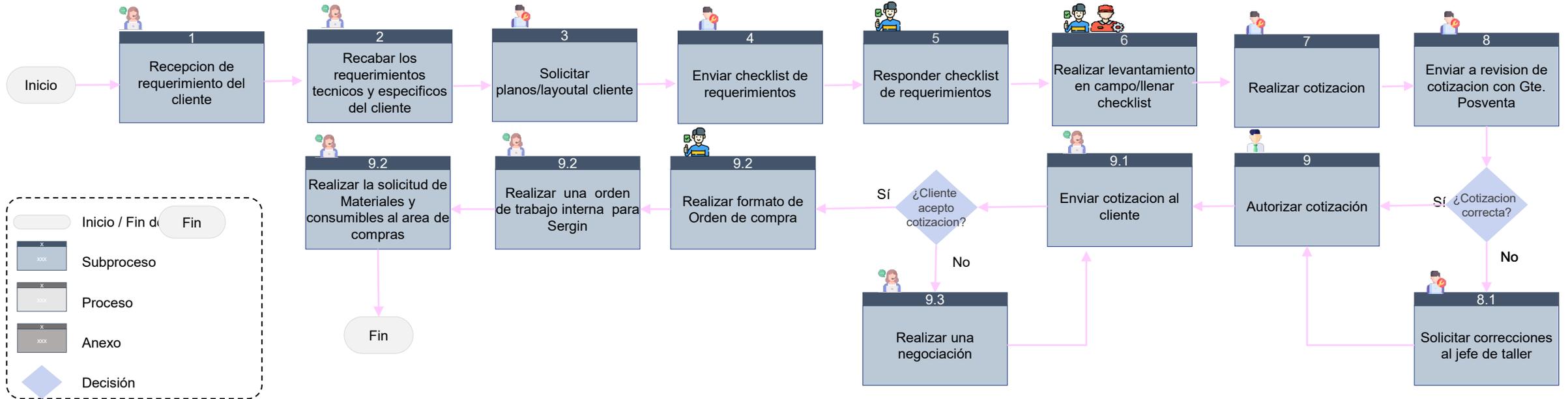
Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Gestión de datos y privacidad	Número de incidentes de seguridad de datos	Medir la frecuencia con la que se producen incidentes de seguridad de datos, como brechas de seguridad o pérdida de información confidencial	<i>Cantidad total de incidentes</i>	Incidentes	Trimestral
	Índice de cumplimiento normativo	Medir el grado en que la empresa cumple con las regulaciones de protección de datos	$\frac{\text{(No. de requisitos cumplidos)}}{\text{Total de requisitos aplicables}} * 100$	%	Mensual



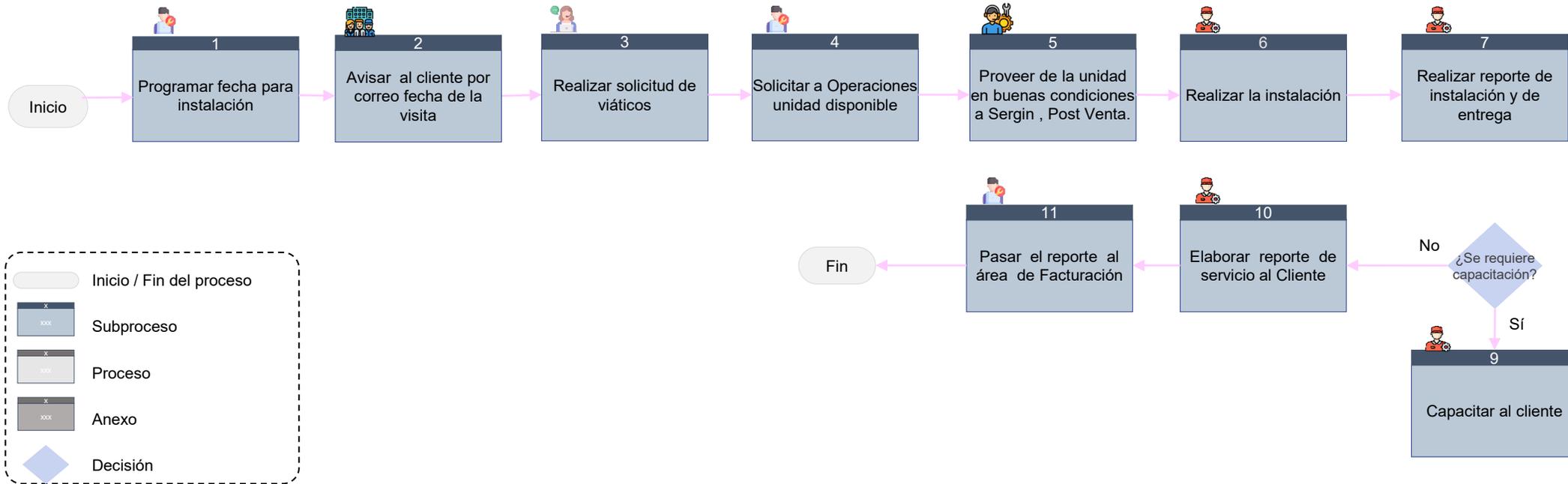
## PROCESOS

### 9.1 Instalaciones y servicios





Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Precisión de la cotización.</li> <li>Tasa de conversión de cotizaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención a clientes</li> <li>Coordinador de taller</li> <li>Cliente</li> <li>Técnico</li> <li>Gerente posventa</li> </ul>	



### Información Pertinente

#### Indicadores

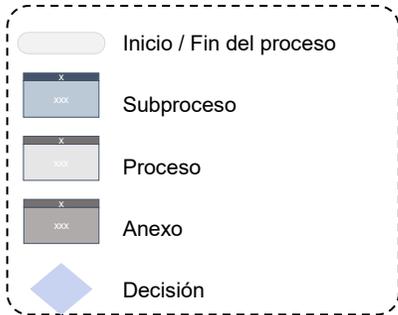
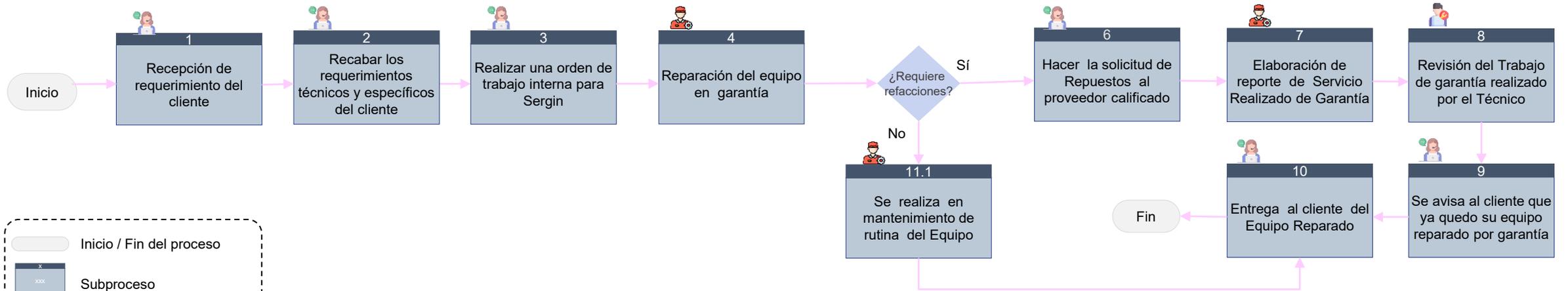
- Cumplimiento de plazos.

#### Responsables

- Coordinador de taller
- Gerente operaciones
- Empresa Proyecto
- Técnico
- Atención a clientes

#### Consideraciones

1. Los datos del cliente deben coincidir o el sistema por protección va a retener el pago y marcará la venta como fraude.
2. Una vez que el dinero se vea reflejado en la cuenta, se puede retirar sin ningún contratiempo.



### Información Pertinente

#### Indicadores

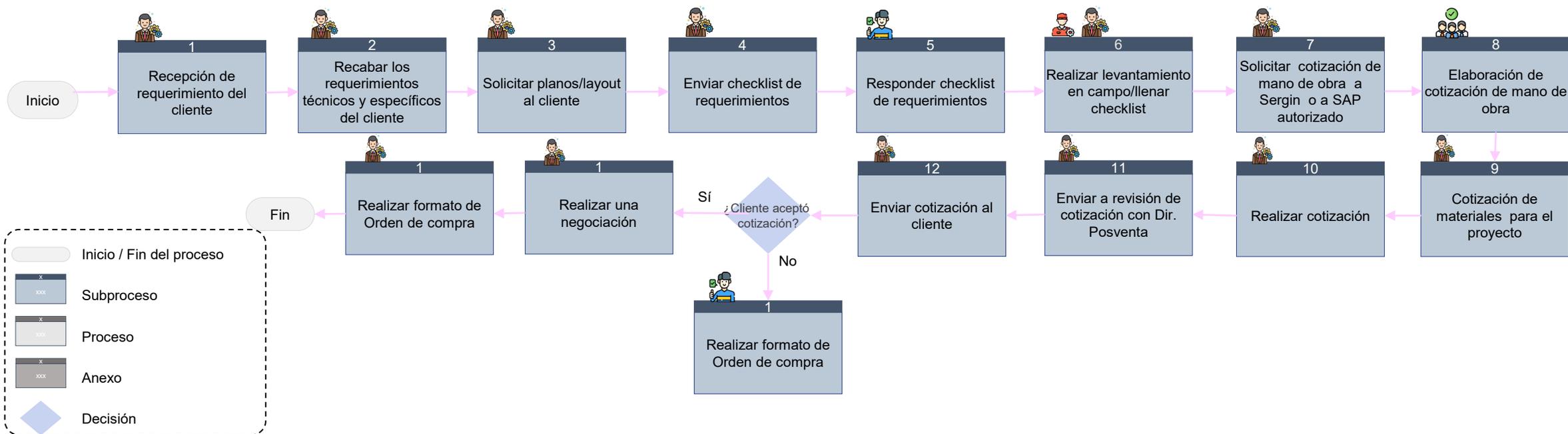
- Tiempo de reparación.
- Cumplimiento de los plazos de garantía.

#### Responsables

- Atención a clientes
- Técnico
- Coordinador de taller

#### Consideraciones

1. Los datos del cliente deben coincidir o el sistema por protección va a retener el pago y marcará la venta como fraude.
2. Una vez que el dinero se vea reflejado en la cuenta, se puede retirar sin ningún contratiempo.



### Información Pertinente

#### Indicadores

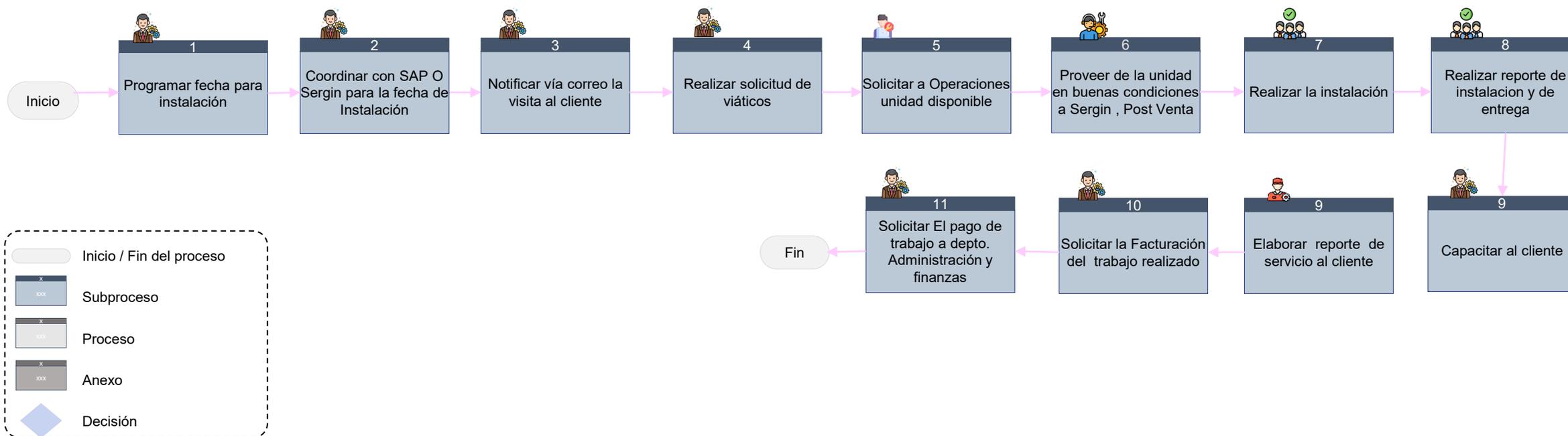
- % de conversión de cotizaciones.
- % de aceptación de cotizaciones.

#### Responsables

- Gte. Posventa Velyen
- Cliente
- Técnico
- SAP

#### Consideraciones

1. Los datos del cliente deben coincidir o el sistema por protección va a retener el pago y marcará la venta como fraude.
2. Una vez que el dinero se vea reflejado en la cuenta, se puede retirar sin ningún contratiempo.



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Cumplimiento de plazos.

#### Responsables

- Gte. Posventa Velyen
- Coordinador de taller
- SAP
- Gte. Operaciones
- Técnico

#### Consideraciones

1. Los datos del cliente deben coincidir o el sistema por protección va a retener el pago y marcará la venta como fraude.
2. Una vez que el dinero se vea reflejado en la cuenta, se puede retirar sin ningún contratiempo.

# Definición & Gestión de Indicadores

Servicio al cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Cotización instalaciones y servicios (Sergin)	Precisión de la cotización	Medir qué tan cercanas son las cotizaciones realizadas a los costos reales en la ejecución de los proyectos	$\frac{(\text{Costo real}}{\text{cotización inicial}) * 100}$	%	Mensual
	Tasa de conversión de cotizaciones	Evaluar el porcentaje de clientes que regresan para realizar compras adicionales	$\frac{(\text{No. de cotizaciones convertidas en servicios}}{\text{No. total de cotizaciones realizadas}} * 100$	%	Mensual
Instalaciones y servicios (Sergin)	Cumplimiento de plazos	Medir qué tan bien se están cumpliendo los plazos establecidos para la ejecución de las instalaciones y servicios	$\frac{(\text{No. de inst. o servicios completados a tiempo}}{\text{Total de instalaciones o servicios}} * 100$	%	Mensual
Reparación de equipos en garantía (Sergin)	Tiempo de reparación	Medir la eficiencia y rapidez con la que se reparan los equipos cubiertos o no por la garantía	$\frac{(\text{Tiempo total empleado en la reparación de equipos}}{\text{Total de equipos reparados}} * 100$	%	Mensual
	Cumplimiento de los plazos de garantía	Medir la proporción de reparaciones que se completan dentro del período establecido por la garantía	$\frac{(\text{No. de reparaciones completadas dentro del plazo de garantía}}{\text{Total de operaciones realizadas}} * 100$	%	Mensual
Cotización instalaciones y servicios (Velymex)	% de conversión de cotizaciones	Medir la eficacia de las cotizaciones al convertirse en contratos o ventas reales	$\frac{(\text{No. de cotizaciones convertidas en contratos}}{\text{Total de cotizaciones realizadas}} * 100$	%	Mensual
	% de aceptación de cotizaciones	Medir la proporción de cotizaciones que son aceptadas por los clientes	$\frac{(\text{No. de cotizaciones aceptadas}}{\text{Total de cotizaciones enviadas}} * 100$	%	Mensual

# Definición & Gestión de Indicadores

*Servicio al cliente*



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Instalaciones y servicios (Velymex)		Medir qué tan cercanas son las cotizaciones realizadas a los costos reales en la ejecución de los proyectos	$\frac{(\text{Costo real})}{\text{cotización inicial}} * 100$	%	Mensual
	Tasa de conversión de cotizaciones	Evaluar el porcentaje de clientes que regresan para realizar compras adicionales	$\frac{(\text{No. de cotizaciones convertidas en servicios})}{\text{No. total de cotizaciones realizadas}} * 100$	%	Mensual

# Agenda de Procesos

*Procesos Críticos Documentados*



**RG Herramientas**



**Motto 100**



**RIGO MÉXICO - RIMEX**



**Velymex  
Hispanoamérica**



**River del Golfo**



**Sergin**



**E-commerce**



## PROCESOS

1.1 Servicio al Cliente

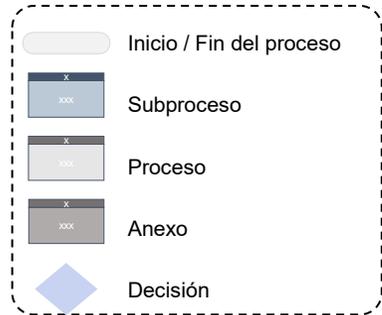
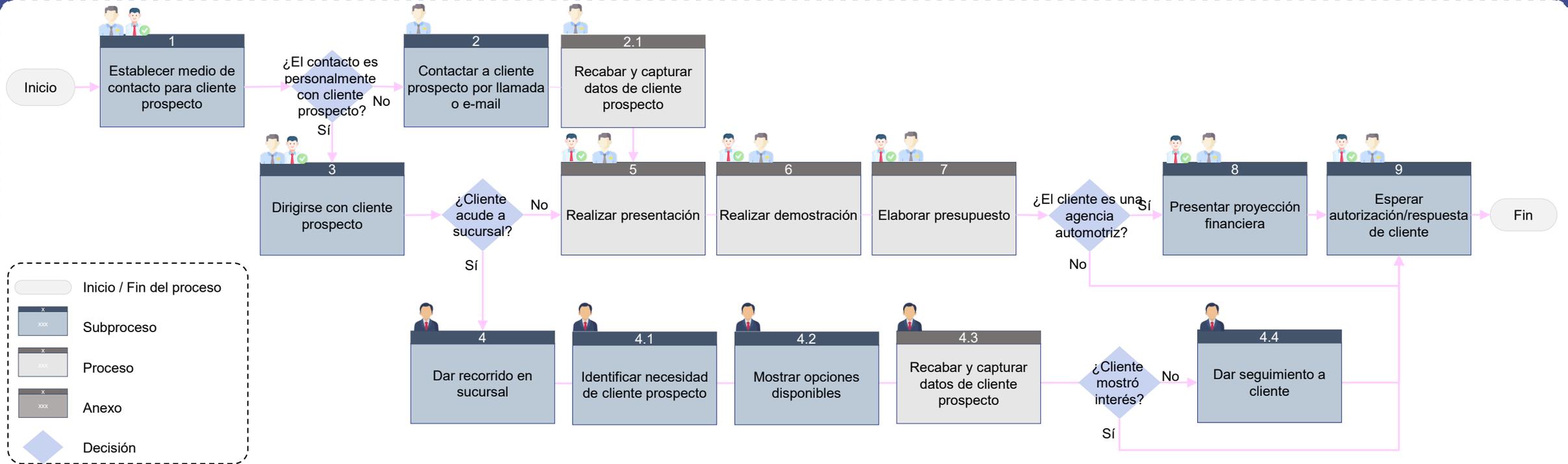
1.2 Atención al Cliente

1.3 Planeación Comercial



# Servicio al cliente

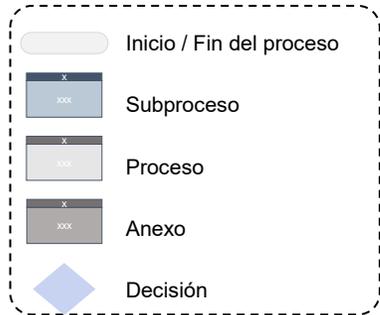
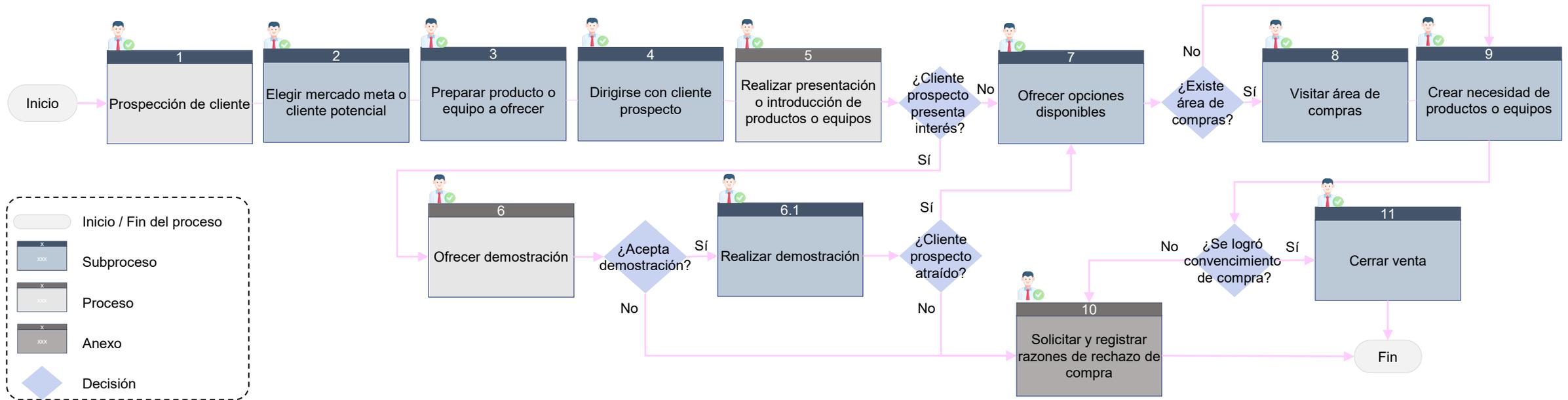
## 1.1.1 Prospección del cliente



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de conversión de prospectos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asesor comercial</li> <li>Asesor comercial de campo</li> <li>Encargado de sucursal</li> </ul>	<p>Las prospecciones personales se refiere las que el asesor busca directamente al cliente. EJ: prospecciones de campo, visitas a agencias y expos.</p> <p>(4.3) Para poder recabar datos en caso de que el cliente no realice ninguna compra, se le deben tomar sus datos invitándolo a una rifa que tenga disponible en ese momento la sucursal.</p> <p>(6) La demostración aplica solo para ciertos productos.</p> <p>(9) Pedir orden de compra del cliente y en caso de no contar con ella, deberá firmar la cotización</p>

# Servicio al cliente

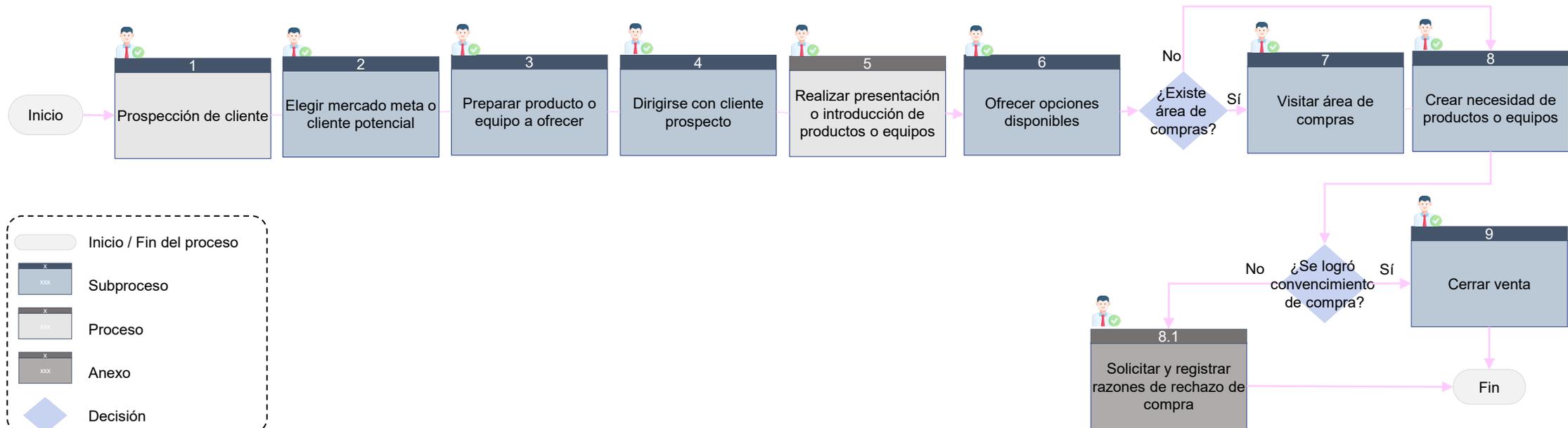
## 1.1.2 Visita / Presentación



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de visitas o presentaciones realizadas.</li> </ul>	Asesor comercial de campo	(6) Las demostraciones que se realizan son sin compromiso (7) Al ofrecer opciones disponibles, también se deben mostrar listas de precios y toda la información que se considere necesaria.

# Servicio al cliente

## 1.1.2 Visita / Presentación Mikel's - Urrea



### Información Pertinente

#### Indicadores

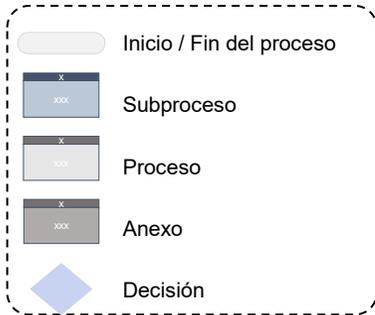
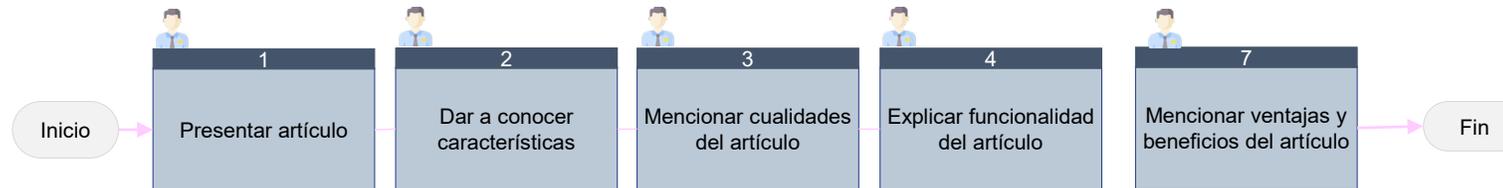
- Número de visitas o presentaciones realizadas.

#### Responsables

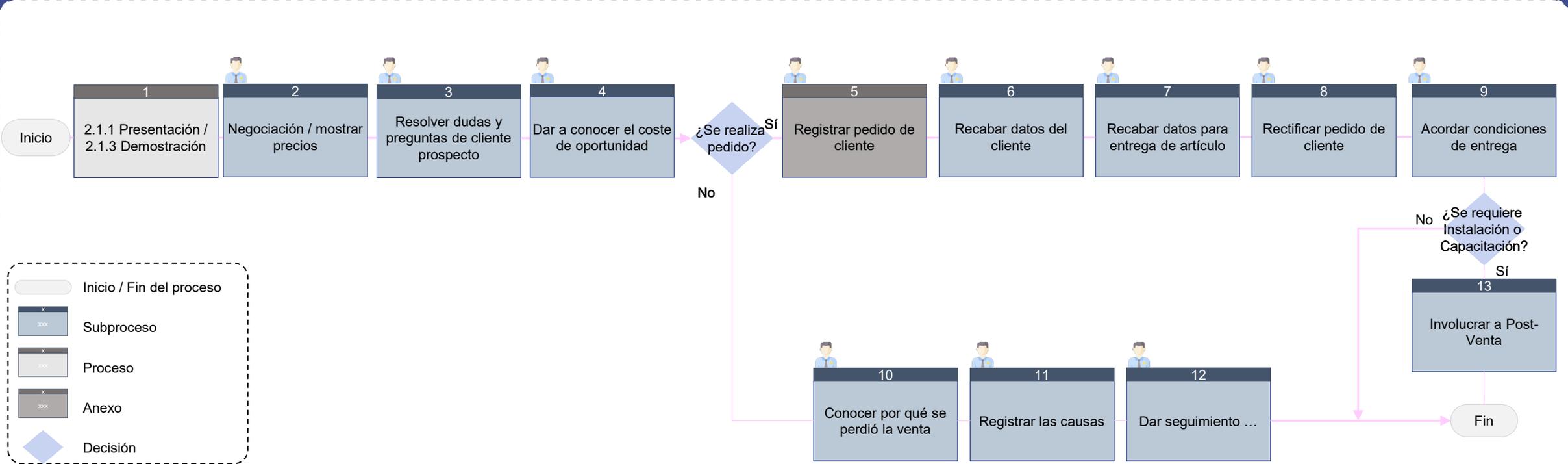
Asesor comercial de campo

#### Consideraciones

(6) Las demostraciones que se realizan son sin compromiso  
(7) Al ofrecer opciones disponibles, también se deben mostrar listas de precios y toda la información que se considere necesaria.



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Número de demostraciones realizadas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Asesor comercial</li><li>Asesor técnico de apoyo</li></ul>	<p>(4) Explicar a cliente prospecto cómo funciona el producto a través de un detalle paso a paso y lo que aporta.</p> <p>(6) Dejar que el cliente tenga contacto con el artículo para que haya mayor poder de convencimiento.</p>

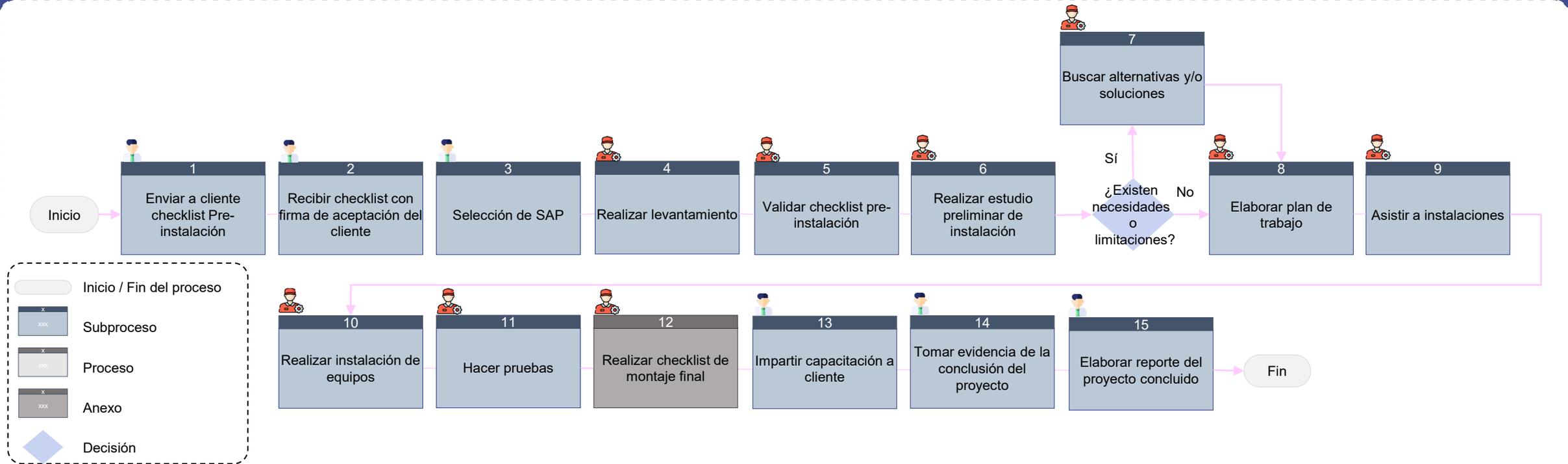


○ Inicio / Fin del proceso  
 ■ Subproceso  
 ■ Proceso  
 ■ Anexo  
 ◆ Decisión

Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de cierre de ventas</li> <li>Valor de las ventas cerradas</li> </ul>	Asesor comercial	(4) Dar a conocer al prospecto lo que se está dejando de ganar por no tener nuestra solución (5) Consultar instructivo: VE-VEPO01 GESTIÓN COMERCIAL (9) Los gastos de instalación se cobran por separado y se sugiere Sergin (12) Registrar cuando se puede volver a contactar al prospecto

# Servicio al cliente

## 1.1.5 Instalaciones



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Cumplimiento del plazo de instalación
- Número de instalaciones exitosas

#### Responsables

- Postventa
- SAP

#### Consideraciones

- (2) Postventa tiene la obligación de compartir el checklist con el SAP
- (4) Realizar levantamiento de mano de obra y materiales.
- (5) Verificar que realmente se cumplan las condiciones marcadas en el checklist, es decir, que el área realmente cuente con las condiciones necesarias para la instalación.
- (6) Identificar con precisión las necesidades y limitaciones de la instalación a realizar.
- (8) Compartir al Gerente de Unidad de Negocio y Cliente
- (13) Tomar evidencia impartiendo la capacitación

# Definición & Gestión de Indicadores

Servicio al cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Prospección del cliente	Tasa de conversión de prospectos	Evaluar la eficacia de esfuerzos de prospección y como se están convirtiendo los prospectos en clientes reales	$\frac{(\text{Número de prospectos convertidos en clientes}}{\text{Número total de prospectos}} * 100$	%	Semanal
Visita / Presentación	Número de visitas o presentaciones realizadas	Obtener una medida cuantitativa de la actividad y el nivel de interacción que se tiene con el cliente	Cantidad total de visitas o presentaciones realizadas En un periodo de tiempo específico	visitas	Semanal
Demostración	Número de demostraciones realizadas	Evaluar la actividad y el alcance de las presentaciones realizadas por el personal	Cantidad total de demostraciones realizadas	demostraciones	Semanal
Cierre de venta	Tasa de cierre de ventas	Evaluar la efectividad de las interacciones y esfuerzos de venta realizados por el personal	$\frac{(\text{Ventas cerradas}}{\text{Oportunidades de venta}} * 100$	%	Semanal
	Valor de las ventas cerradas	Evaluar el impacto económico y financiero del servicio al cliente en términos de generación de ingresos	Valor de venta cerrada 1+...+Valor de venta cerrada n	\$	Semanal
Instalaciones	Cumplimiento del plazo de instalación	Evaluar que tan bien se están cumpliendo los plazos establecidos para la instalación de productos o servicios	$\frac{(\text{Instalaciones dentro del plazo}}{\text{Total de instalaciones}} * 100$	%	Semanal
	Número de instalaciones exitosas	Contar y registrar las instalaciones que se han completado con éxito dentro de un periodo de tiempo	Total de instalaciones exitosas	Instalaciones	Semanal



## PROCESOS

1.1 Servicio al Cliente

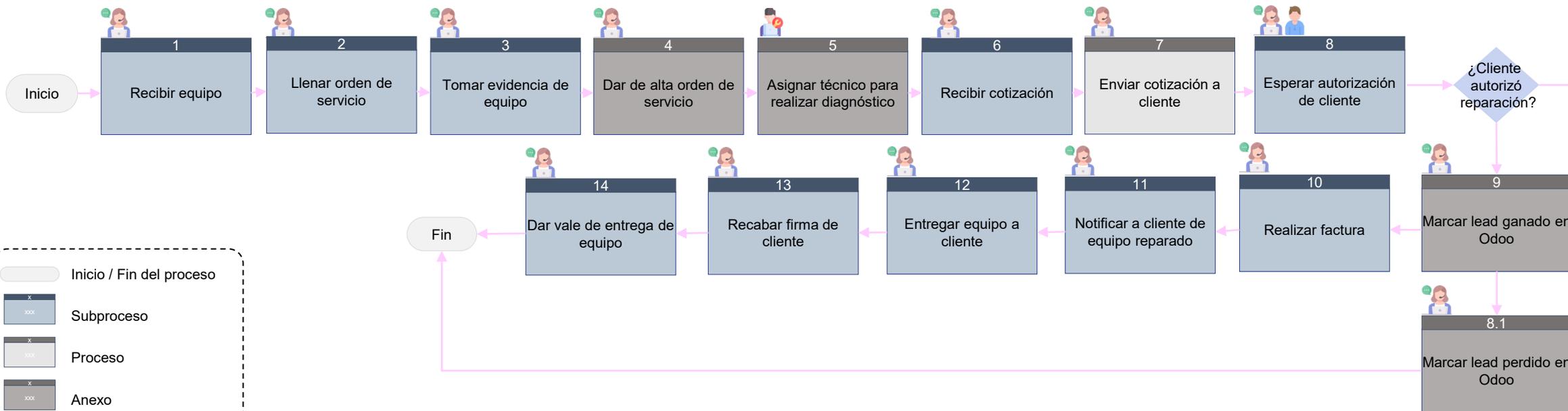
1.2 Atención al Cliente

1.3 Planeación Comercial



# Atención al cliente

## 1.2.1 Solicitud de Servicio - Reparaciones



Inicio / Fin del proceso  
 Subproceso  
 Proceso  
 Anexo  
 Decisión

### Información Pertinente

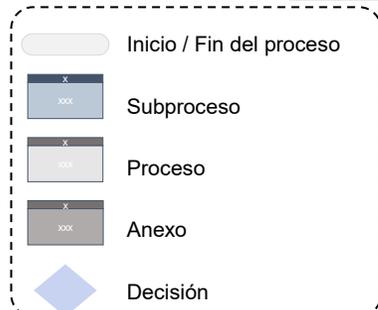
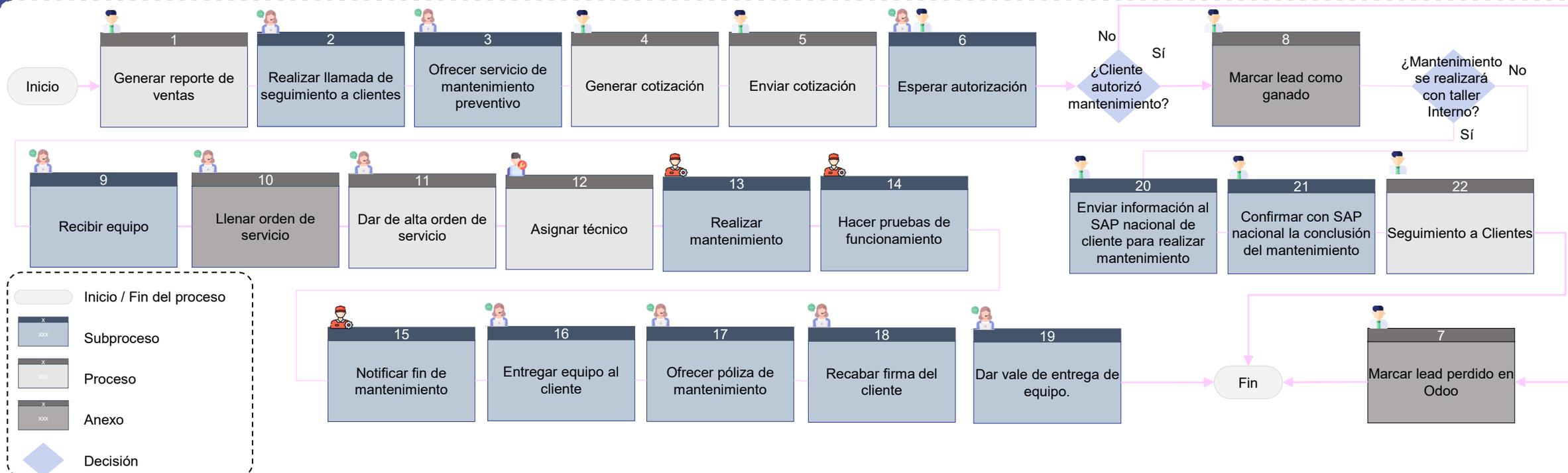
Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiempo de resolución</li> <li>Nivel de satisfacción del cliente</li> <li>Total de tickets</li> </ul>

Responsables
<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención a clientes</li> <li>Coordinador de taller</li> <li>Cliente</li> </ul>

Consideraciones
(2) Consultar formato: 2.2.1 SOLICITUD DE SERVICIO-REPARACIONES_PASO 2 (4) Consultar instructivos para realizar alta de ordenes de servicio en Odoo (5) Consultar instructivos para asignar técnico en Odoo (7) Consultar formato: 2.2.1 SOLICITUD DE SERVICIO-REPARACIONES_PASO 7 (9) Consultar instructivo para realizar cotizaciones en Odoo. (10) Consultar instructivo para enviar cotizaciones a cliente a través de Odoo. (12 y 13) Consultar instructivo para marcar leads como ganados y perdidos. (17) En caso de que el cliente requiera factura física, acudir con cobranza. Consultar Manual de análisis de servicios de asistencia para el caso de indicadores.

# Atención al cliente

## 1.2.2 Servicio de Mantenimiento – To be



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Porcentaje de cumplimiento de los planes de mantenimiento preventivo
- Porcentaje de clientes con mantenimiento
- Servicios en garantía.
- Total de servicios Ex Situ.
- Servicios In Situ.

#### Responsables

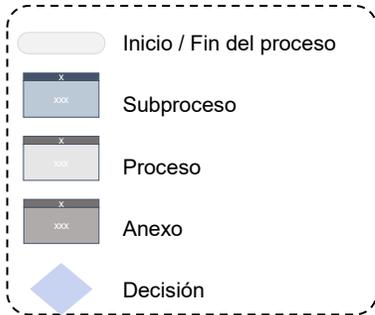
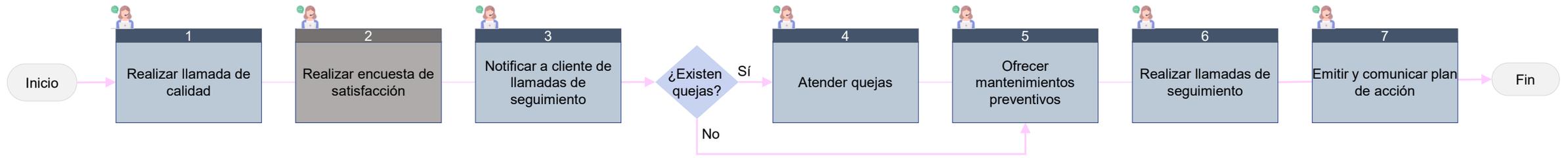
- Postventa
- Coordinador de taller
- Técnico
- Atención a clientes

#### Consideraciones

- (1) Consultar procedimiento para generar reporte de ventas  
 (4 y 5) Consultar procedimiento para realizar cotización y envío de la misma en Odoo  
 (7 y 8) Consultar procedimiento para marcar leads ganados y perdidos en Odoo  
 (10) Recordar tomar evidencias fotográficas del equipo  
 (11) Consultar procedimiento para dar de alta orden de servicio  
 (12) Consultar procedimiento para asignar técnico en Odoo  
 Consultar Manual de análisis de servicios de asistencia para el caso de indicadores.

# Atención al cliente

## 1.2.3 Seguimiento a Clientes



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Nivel de satisfacción del cliente.
- # de quejas recibidas.

#### Responsables

- Postventa (Informado)
- Atención a clientes

#### Consideraciones

- (1) Realizar llamada de calidad 1 semana después de la venta o instalación al cliente.
- (2) Realizar llamada de satisfacción durante llamada de calidad o después de la llamada, o como se le haga más cómodo al cliente.
- (3) Notificar al cliente que se le realizaran llamadas de calidad cada determinado tiempo.

# Definición & Gestión de Indicadores

Atención al Cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Solicitud de servicio - Reparaciones	Tiempo de resolución	Evaluar la eficiencia y efectividad del proceso de resolución de solicitudes	$\frac{\text{Suma de los tiempos de resolución}}{\text{Número total de solicitudes de servicio}}$	Hrs.	Semanal
	Nivel de satisfacción del cliente	Obtener una evaluación precisa y objetiva de la experiencia del cliente durante el proceso de servicio y reparación	$\frac{(\text{Suma de valores de satisfacción})}{(\text{Número total de respuestas})}$	promedio	Semanal
Servicio de Mantenimiento	Porcentaje de cumplimiento de los planes de mant. preventivo	Analizar el porcentaje de cumplimiento obtenido y compararlo con los objetivos establecidos y evaluar las posibles causas de incumplimiento	$\frac{(\text{Planes de mantenimiento preventivo cumplidos})}{\text{Total de planes de mantenimiento programados}} * 100$	%	Semanal
	Porcentaje de clientes con mantenimiento	Evaluar la efectividad de estrategias de promoción y concientización del servicio de mant. preventivo	$\frac{(\text{Clientes con mantenimiento preventivo})}{\text{Total de clientes}} * 100$	%	Mensual
Seguimiento a Clientes	Nivel de satisfacción del cliente	Obtener una evaluación precisa y objetiva de la experiencia del cliente durante el proceso de servicio y reparación	$\frac{(\text{Suma de valores de satisfacción})}{(\text{Número total de respuestas})}$	promedio	
	Cumplimiento al plan de seguimiento	Evaluar la efectividad y la calidad de las actividades de seguimiento realizadas hacia los clientes	$\frac{(\text{Actividades de seguimiento realizadas correctamente})}{\text{Total de actividades de seguimiento programadas}} * 100$	%	Mensual
	# de quejas recibidas	Identificar y abordar los problemas y deficiencias en el servicio de atención al cliente	Cantidad de quejas registradas en un periodo específico	quejas	Mensual



## PROCESOS

1.1 Servicio al Cliente

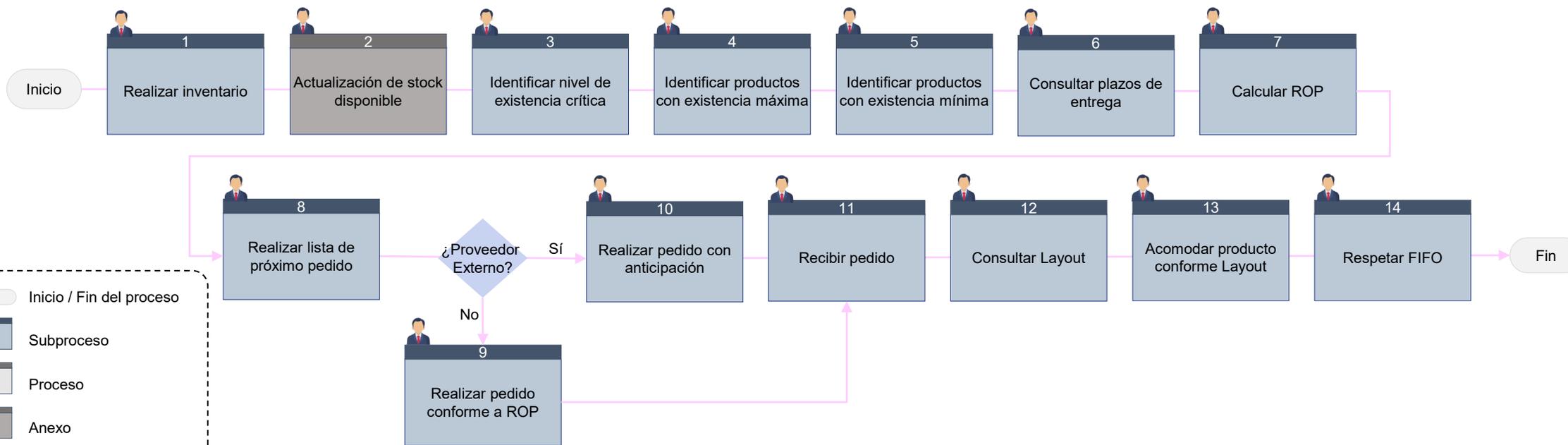
1.2 Atención al Cliente

1.3 Planeación Comercial



# Planeación Comercial

## 1.3.1 Control de Inventario - Sucursal



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Rotación de inventario

#### Responsables

 Encargado de sucursal

#### Consideraciones

- (1) Realizar estricto inventario para hacer cálculo de ROP realista
- (3) Establecer el mínimo de productos que se debe tener en el almacén
- (6) Tomar en cuenta los plazos de entrega y el tiempo de preparación del pedido.
- (7) ROP: Punto de reorden
- (14) Seguir orden de primeras entradas, primeras salidas.

# Definición & Gestión de Indicadores

Planeación Comercial



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Control de Inventarios - Sucursal	<i>Rotación de inventario</i>	Evaluar la rapidez con la que los productos se venden o se utilizan y se reemplazan por nuevos productos	$\frac{\text{Costo de ventas promedio}}{\text{promedio del inventario}}$	promedio	Mensual



## PROCESOS

2.1 Servicio al Cliente

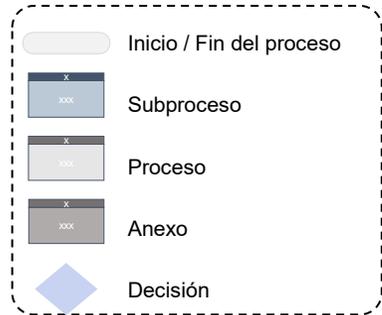
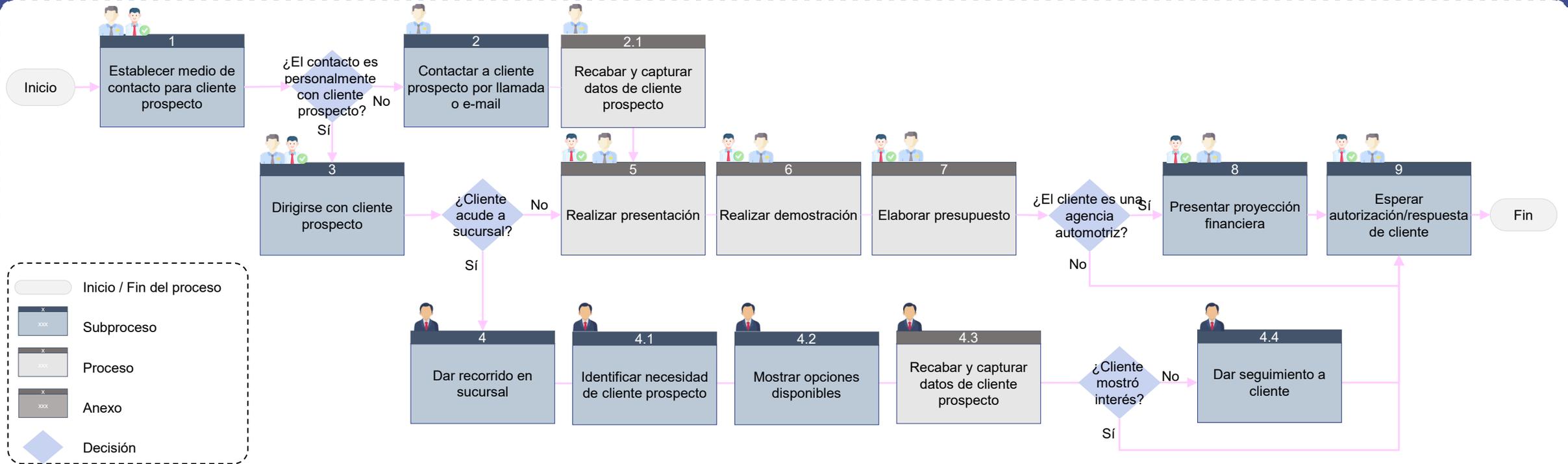
2.2 Atención al Cliente

2.3 Planeación Comercial



# Servicio al cliente

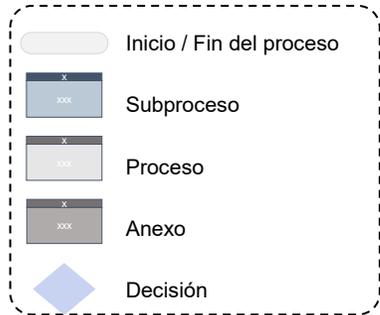
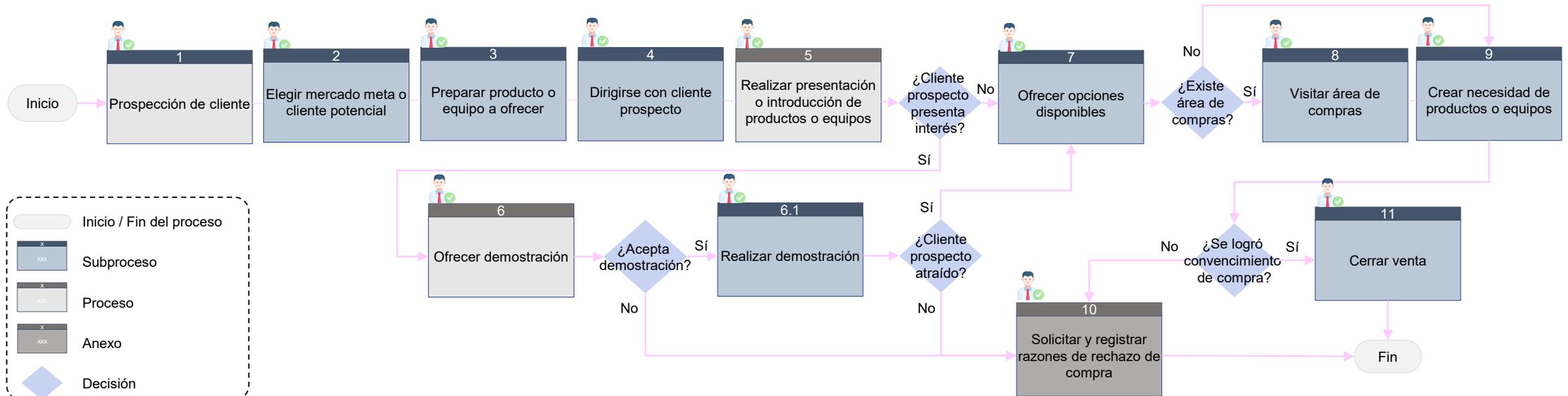
## 2.1.1 Prospección del cliente



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de conversión de prospectos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asesor comercial</li> <li>Asesor comercial de campo</li> <li>Encargado de sucursal</li> </ul>	<p>Las prospecciones personales se refiere las que el asesor busca directamente al cliente. EJ: prospecciones de campo, visitas a agencias y expos.</p> <p>(4.3) Para poder recabar datos en caso de que el cliente no realice ninguna compra, se le deben tomar sus datos invitándolo a una rifa que tenga disponible en ese momento la sucursal.</p> <p>(6) La demostración aplica solo para ciertos productos.</p> <p>(9) Pedir orden de compra del cliente y en caso de no contar con ella, deberá firmar la cotización</p>

# Servicio al cliente

## 2.1.2 Visita / Presentación



### Información Pertinente

#### Indicadores

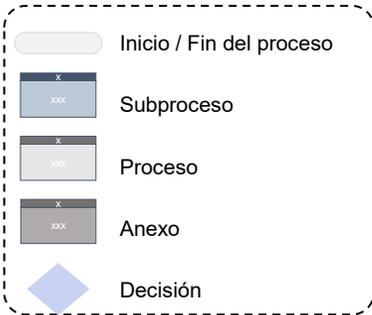
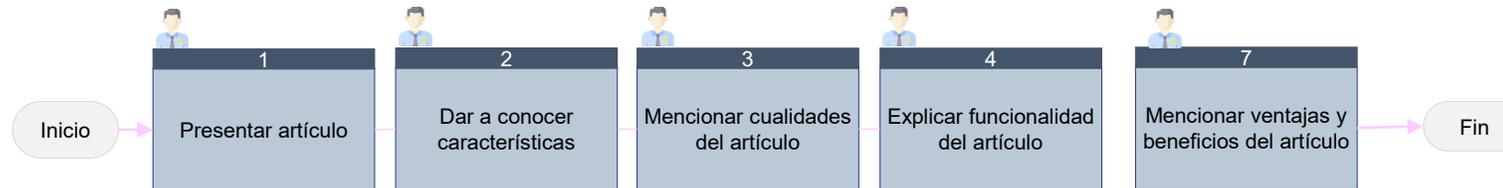
- Número de visitas o presentaciones realizadas.

#### Responsables

Asesor comercial de campo

#### Consideraciones

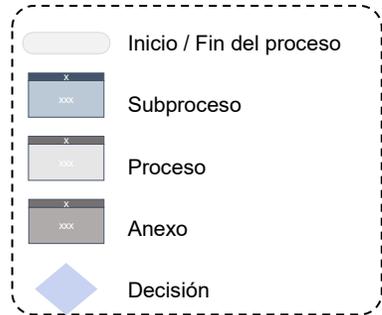
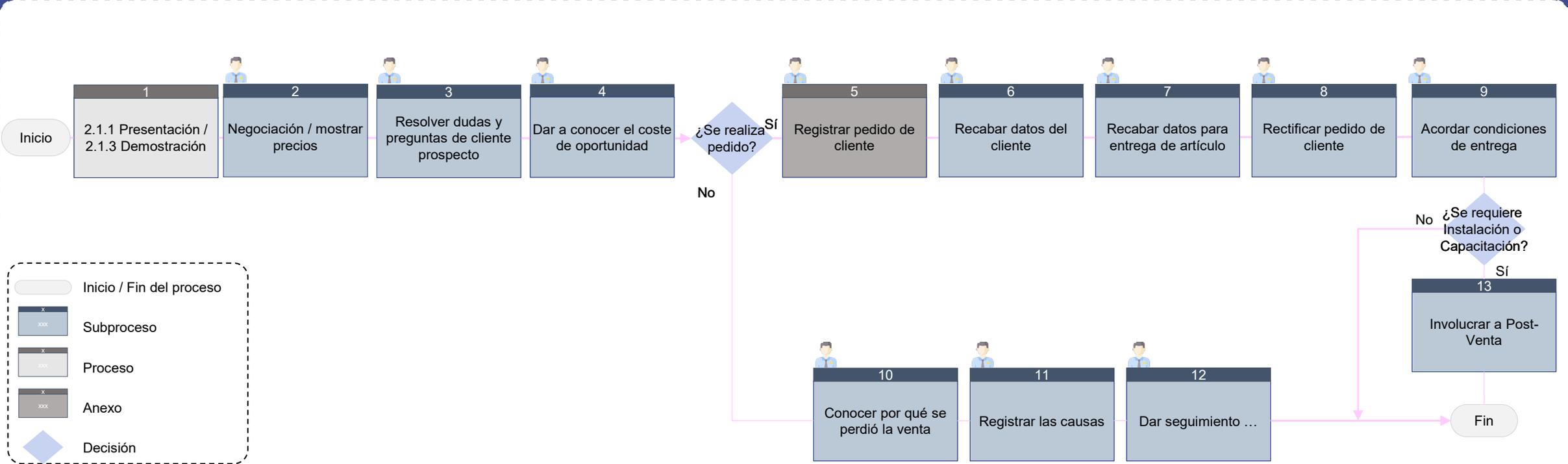
(6) Las demostraciones que se realizan son sin compromiso  
 (7) Al ofrecer opciones disponibles, también se deben mostrar listas de precios y toda la información que se considere necesaria.



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Número de demostraciones realizadas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Asesor comercial</li><li>Asesor técnico de apoyo</li></ul>	<p>(4) Explicar a cliente prospecto cómo funciona el producto a través de un detalle paso a paso y lo que aporta.</p> <p>(6) Dejar que el cliente tenga contacto con el artículo para que haya mayor poder de convencimiento.</p>

# Servicio al cliente

## 2.1.5 Cierre de venta



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de cierre de ventas</li> <li>Valor de las ventas cerradas</li> </ul>	Asesor comercial	(4) Dar a conocer al prospecto lo que se está dejando de ganar por no tener nuestra solución (5) Consultar instructivo: VE-VEPO01 GESTIÓN COMERCIAL (9) Los gastos de instalación se cobran por separado y se sugiere Sergin (12) Registrar cuando se puede volver a contactar al prospecto

# Definición & Gestión de Indicadores

Servicio al cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Prospección del cliente	Tasa de conversión de prospectos	Evaluar la eficacia de esfuerzos de prospección y como se están convirtiendo los prospectos en clientes reales	$\frac{(\text{Número de prospectos convertidos en clientes}}{\text{Número total de prospectos}} * 100$	%	Semanal
Visita / Presentación	Número de visitas o presentaciones realizadas	Obtener una medida cuantitativa de la actividad y el nivel de interacción que se tiene con el cliente	Cantidad total de visitas o presentaciones realizadas En un periodo de tiempo específico	visitas	Semanal
Demostración	Número de demostraciones realizadas	Evaluar la actividad y el alcance de las presentaciones realizadas por el personal	Cantidad total de demostraciones realizadas	demostraciones	Semanal
Cierre de venta	Tasa de cierre de ventas	Evaluar la efectividad de las interacciones y esfuerzos de venta realizados por el personal	$\frac{(\text{Ventas cerradas}}{\text{Oportunidades de venta}}) * 100$	%	Semanal
	Valor de las ventas cerradas	Evaluar el impacto económico y financiero del servicio al cliente en términos de generación de ingresos	Valor de venta cerrada 1+...+Valor de venta cerrada n	\$	Semanal



## PROCESOS

2.1 Servicio al Cliente

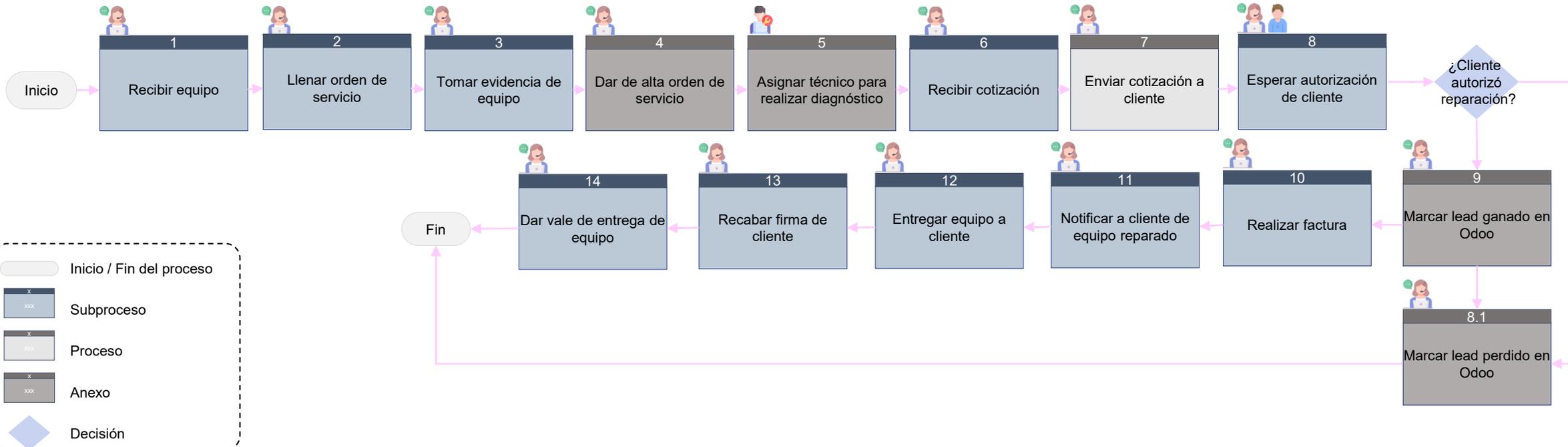
2.2 Atención al Cliente

2.3 Planeación Comercial



# Atención al cliente

## 2.2.1 Solicitud de Servicio - Reparaciones



### Información Pertinente

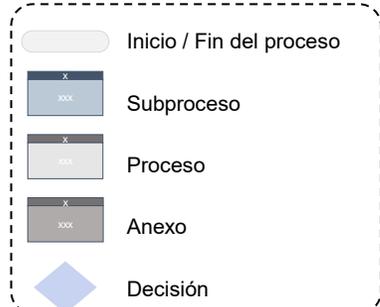
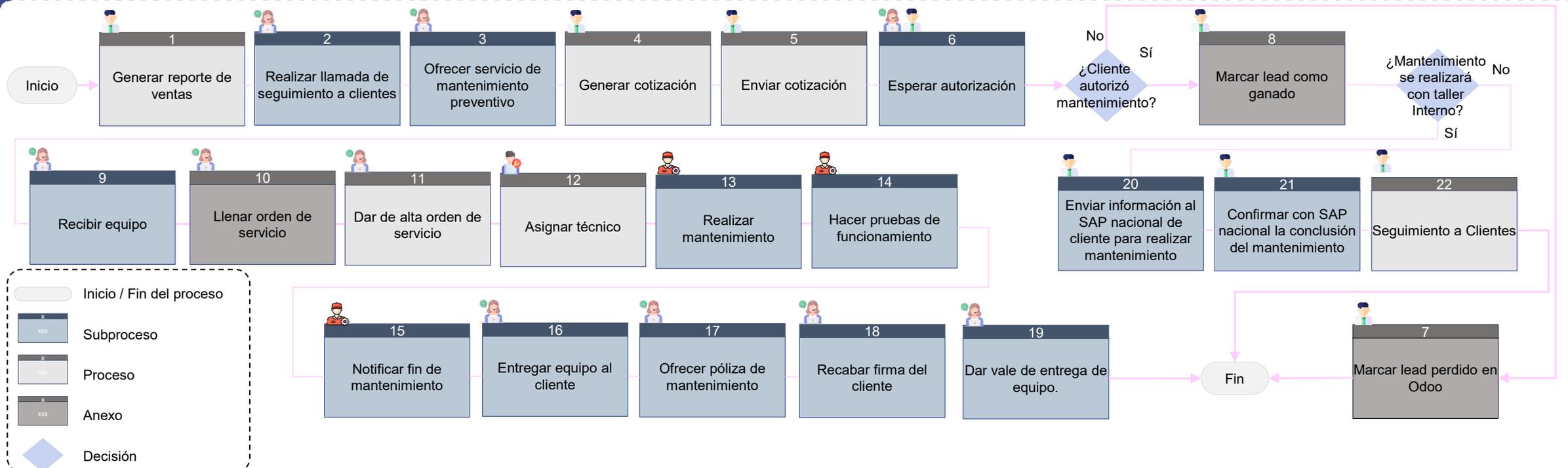
Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo de resolución</li> <li>• Nivel de satisfacción del cliente</li> <li>• Total de tickets</li> </ul>

Responsables
<ul style="list-style-type: none"> <li> Atención a clientes</li> <li> Coordinador de taller</li> <li> Cliente</li> </ul>

Consideraciones
(2) Consultar formato: 2.2.1 SOLICITUD DE SERVICIO-REPARACIONES_PASO 2 (4) Consultar instructivo para realizar alta de ordenes de servicio en Odoo (5) Consultar instructivos para asignar técnico en Odoo (7) Consultar formato: 2.2.1 SOLICITUD DE SERVICIO-REPARACIONES_PASO 7 (9) Consultar instructivo para realizar cotizaciones en Odoo. (10) Consultar instructivo para enviar cotizaciones a cliente a través de Odoo. (12 y 13) Consultar instructivo para marcar leads como ganados y perdidos. (17) En caso de que el cliente requiera factura física, acudir con cobranza. Consultar Manual de análisis de servicios de asistencia para el caso de indicadores.

# Atención al cliente

## 2.2.2 Servicio de Mantenimiento



### Información Pertinente

#### Indicadores

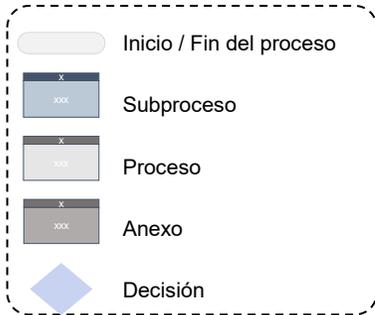
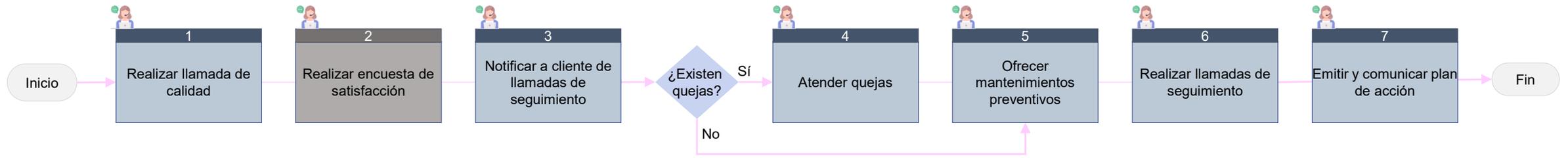
- Porcentaje de cumplimiento de los planes de mantenimiento preventivo
- Porcentaje de clientes con mantenimiento

#### Responsables

- Postventa
- Coordinador de taller
- Técnico
- Atención a clientes

#### Consideraciones

- (1) Consultar procedimiento para generar reporte de ventas
- (4 y 5) Consultar procedimiento para realizar cotización y envío de la misma en Odoo
- (7 y 8) Consultar procedimiento para marcar leads ganados y perdidos en Odoo
- (10) Recordar tomar evidencias fotográficas del equipo
- (11) Consultar procedimiento para dar de alta orden de servicio
- (12) Consultar procedimiento para asignar técnico en Odoo
- Consultar Manual de análisis de servicios de asistencia para el caso de indicadores.



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Nivel de satisfacción del cliente.
- # de quejas recibidas.

#### Responsables

- Postventa (Informado)
- Atención a clientes

#### Consideraciones

- (1) Realizar llamada de calidad 1 semana después de la venta o instalación al cliente.
- (2) Realizar llamada de satisfacción durante llamada de calidad o después de la llamada, o como se le haga más cómodo al cliente.
- (3) Notificar al cliente que se le realizaran llamadas de calidad cada determinado tiempo.

# Definición & Gestión de Indicadores

Atención al Cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Solicitud de servicio - Reparaciones	Tiempo de resolución	Evaluar la eficiencia y efectividad del proceso de resolución de solicitudes	$\frac{\text{Suma de los tiempos de resolución}}{\text{Número total de solicitudes de servicio}}$	Hrs.	Semanal
	Nivel de satisfacción del cliente	Obtener una evaluación precisa y objetiva de la experiencia del cliente durante el proceso de servicio y reparación	$\frac{(\text{Suma de valores de satisfacción})}{(\text{Número total de respuestas})}$	promedio	Semanal
Servicio de Mantenimiento	Porcentaje de cumplimiento de los planes de mant. preventivo	Analizar el porcentaje de cumplimiento obtenido y compararlo con los objetivos establecidos y evaluar las posibles causas de incumplimiento	$\frac{(\text{Planes de mantenimiento preventivo cumplidos})}{\text{Total de planes de mantenimiento programados}} * 100$	%	Semanal
	Porcentaje de clientes con mantenimiento	Evaluar la efectividad de estrategias de promoción y concientización del servicio de mant. preventivo	$\frac{(\text{Clientes con mantenimiento preventivo})}{\text{Total de clientes}} * 100$	%	Mensual
Seguimiento a Clientes	Nivel de satisfacción del cliente	Obtener una evaluación precisa y objetiva de la experiencia del cliente durante el proceso de servicio y reparación	$\frac{(\text{Suma de valores de satisfacción})}{(\text{Número total de respuestas})}$	promedio	
	# de quejas recibidas	Identificar y abordar los problemas y deficiencias en el servicio de atención al cliente	<i>Cantidad de quejas registradas en un periodo específico</i>	quejas	Mensual



## PROCESOS

2.1 Servicio al Cliente

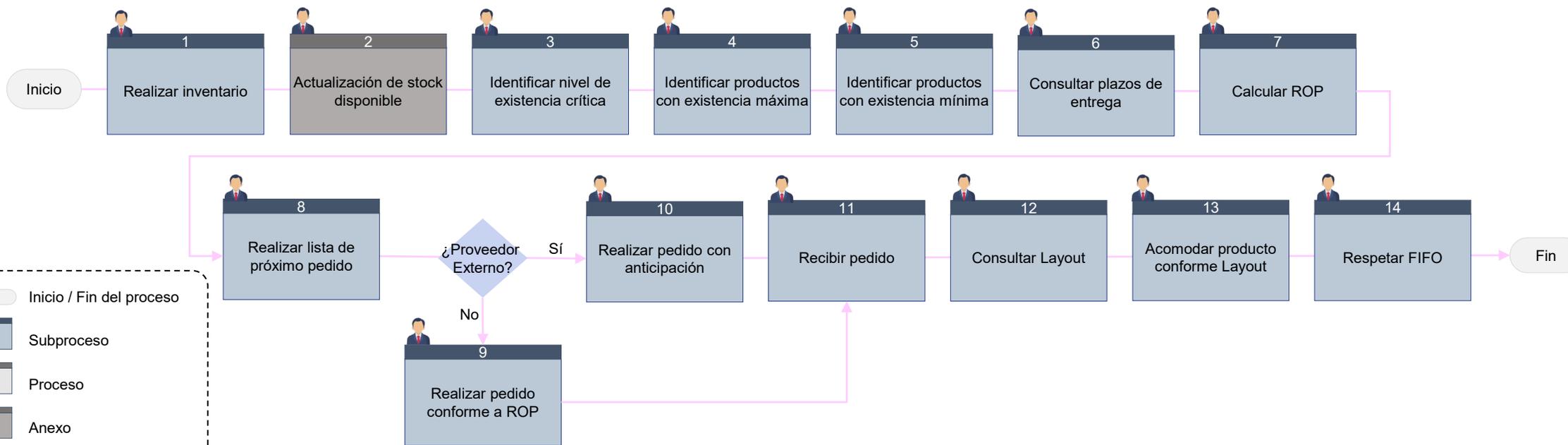
2.2 Atención al Cliente

2.3 Planeación Comercial



# Planeación Comercial

## 2.3.1 Control de Inventario - Sucursal



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Rotación de inventario

#### Responsables

 Encargado de sucursal

#### Consideraciones

- (1) Realizar estricto inventario para hacer cálculo de ROP realista
- (3) Establecer el mínimo de productos que se debe tener en el almacén
- (6) Tomar en cuenta los plazos de entrega y el tiempo de preparación del pedido.
- (7) ROP: Punto de reorden
- (14) Seguir orden de primeras entradas, primeras salidas.

# Definición & Gestión de Indicadores

Planeación Comercial



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Control de Inventarios - Sucursal	<i>Rotación de inventario</i>	Evaluar la rapidez con la que los productos se venden o se utilizan y se reemplazan por nuevos productos	$\frac{\text{Costo de ventas promedio}}{\text{promedio del inventario}}$	promedio	Mensual



TECNOLOGÍA EN MOVIMIENTO



"TECNOLOGIA EN MOVIMIENTO"

## PROCESOS

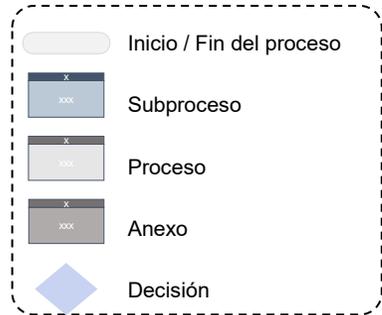
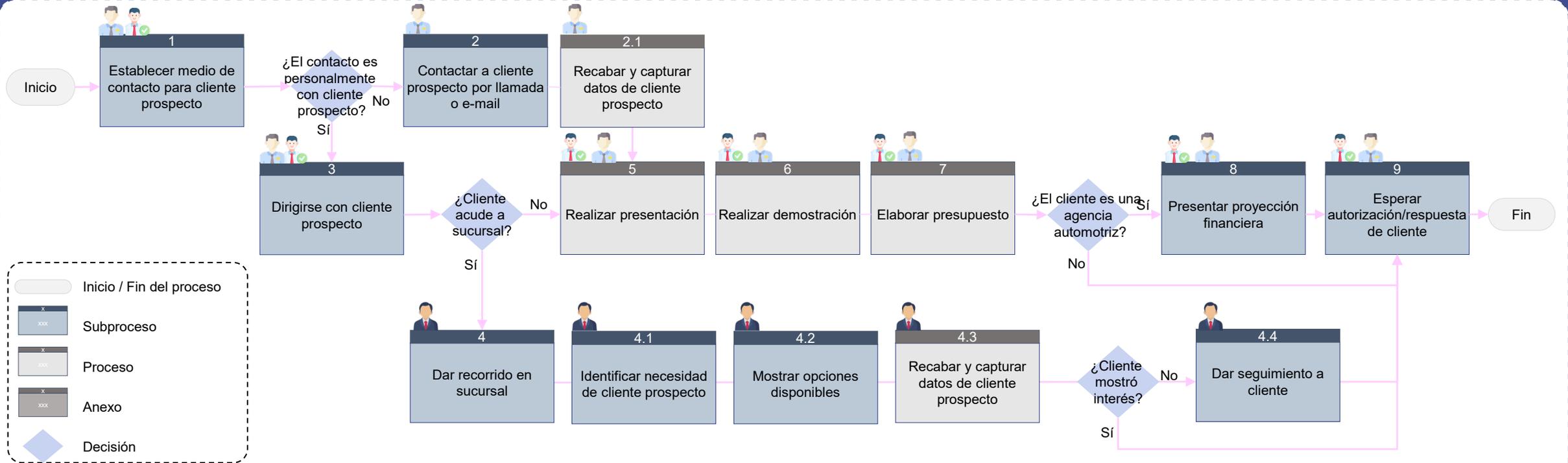
3.1 Servicio al Cliente

3.2 Atención al Cliente



# Servicio al cliente

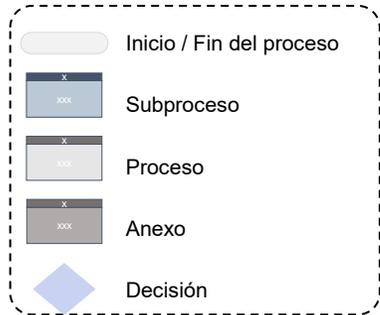
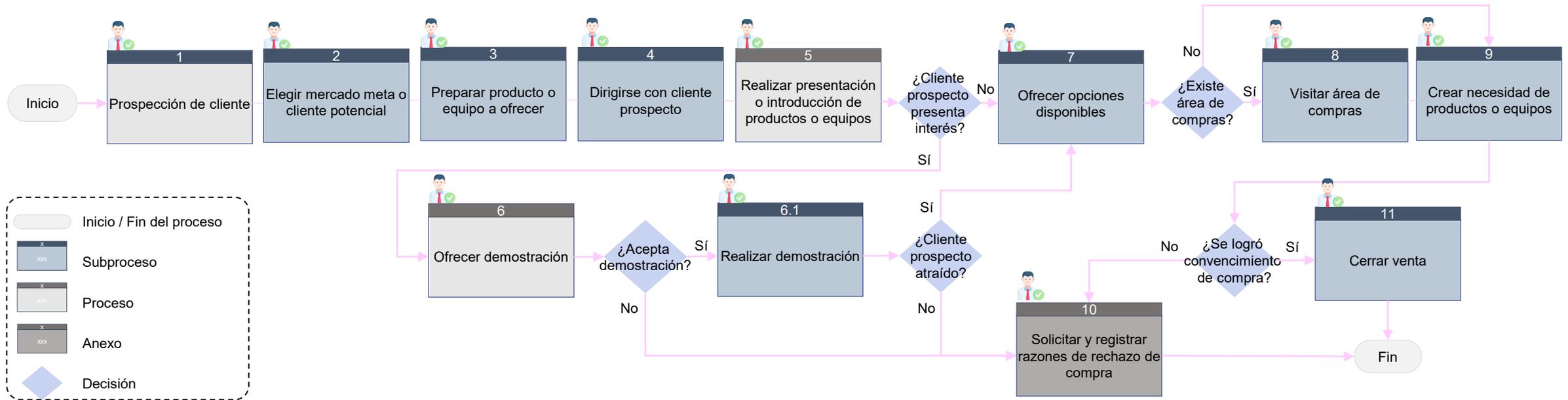
## 3.1.1 Prospección del cliente



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de conversión de prospectos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asesor comercial</li> <li>Asesor comercial de campo</li> <li>Encargado de sucursal</li> </ul>	<p>Las prospecciones personales se refiere las que el asesor busca directamente al cliente. EJ: prospecciones de campo, visitas a agencias y expos.</p> <p>(4.3) Para poder recabar datos en caso de que el cliente no realice ninguna compra, se le deben tomar sus datos invitándolo a una rifa que tenga disponible en ese momento la sucursal.</p> <p>(6) La demostración aplica solo para ciertos productos.</p> <p>(9) Pedir orden de compra del cliente y en caso de no contar con ella, deberá firmar la cotización</p>

# Servicio al cliente

## 3.1.2 Visita / Presentación



### Información Pertinente

#### Indicadores

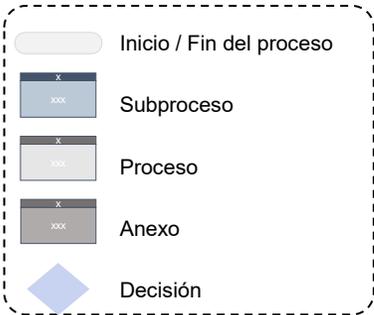
- Número de visitas o presentaciones realizadas.

#### Responsables

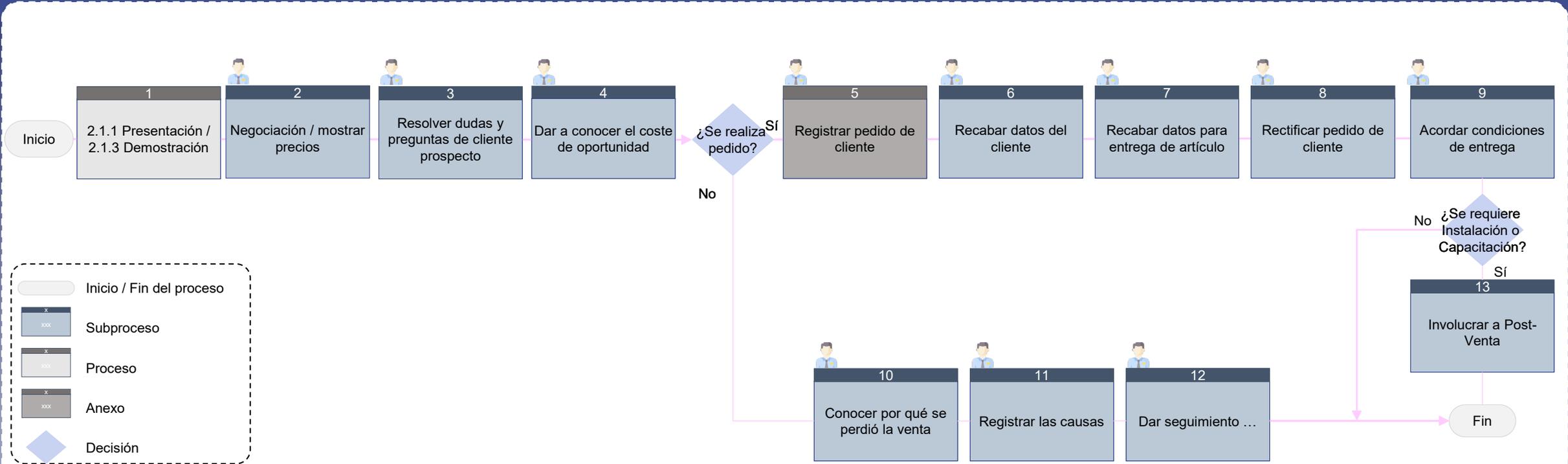
Asesor comercial de campo

#### Consideraciones

(6) Las demostraciones que se realizan son sin compromiso  
 (7) Al ofrecer opciones disponibles, también se deben mostrar listas de precios y toda la información que se considere necesaria.



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Número de demostraciones realizadas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li> Asesor comercial</li><li> Asesor técnico de apoyo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>(4) Explicar a cliente prospecto cómo funciona el producto a través de un detalle paso a paso y lo que aporta.</li><li>(6) Dejar que el cliente tenga contacto con el artículo para que haya mayor poder de convencimiento.</li></ul>



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tasa de cierre de ventas
- Valor de las ventas cerradas

#### Responsables

Asesor comercial

#### Consideraciones

- (4) Dar a conocer al prospecto lo que se está dejando de ganar por no tener nuestra solución
- (5) Consultar instructivo: VE-VEPO01 GESTIÓN COMERCIAL
- (12) Registrar cuando se puede volver a contactar al prospecto

# Definición & Gestión de Indicadores

Servicio al cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Prospección del cliente	Tasa de conversión de prospectos	Evaluar la eficacia de esfuerzos de prospección y como se están convirtiendo los prospectos en clientes reales	$\frac{(\text{Número de prospectos convertidos en clientes}}{\text{Número total de prospectos}} * 100$	%	Semanal
Visita / Presentación	Número de visitas o presentaciones realizadas	Obtener una medida cuantitativa de la actividad y el nivel de interacción que se tiene con el cliente	Cantidad total de visitas o presentaciones realizadas En un periodo de tiempo específico	visitas	Semanal
Demostración	Número de demostraciones realizadas	Evaluar la actividad y el alcance de las presentaciones realizadas por el personal	Cantidad total de demostraciones realizadas	demostraciones	Semanal
Cierre de venta	Tasa de cierre de ventas	Evaluar la efectividad de las interacciones y esfuerzos de venta realizados por el personal	$\frac{(\text{Ventas cerradas}}{\text{Oportunidades de venta}}) * 100$	%	Semanal
	Valor de las ventas cerradas	Evaluar el impacto económico y financiero del servicio al cliente en términos de generación de ingresos	Valor de venta cerrada 1+...+Valor de venta cerrada n	\$	Semanal



TECNOLOGÍA EN MOVIMIENTO



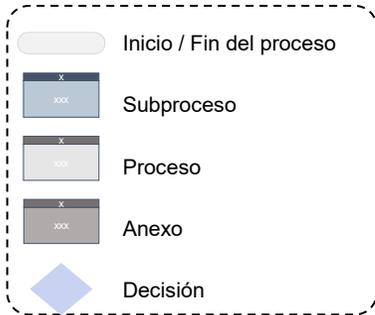
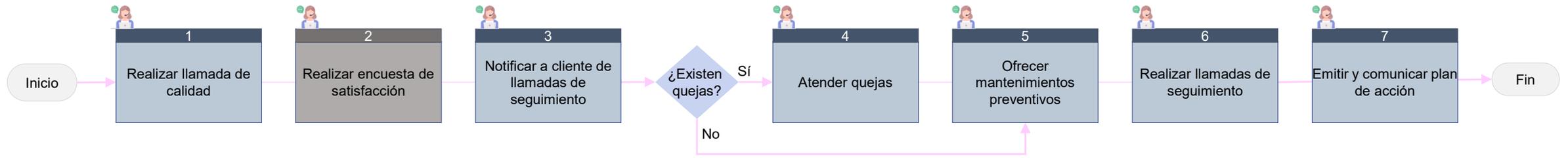
"TECNOLOGIA EN MOVIMIENTO"

## PROCESOS

3.1 Servicio al Cliente

3.2 Atención al Cliente





### Información Pertinente

#### Indicadores

- Nivel de satisfacción del cliente.
- # de quejas recibidas.

#### Responsables

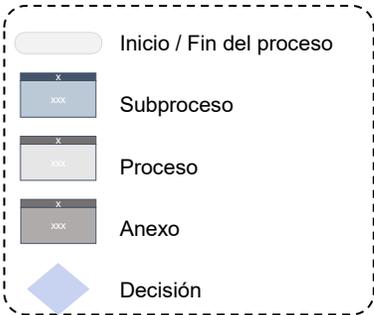
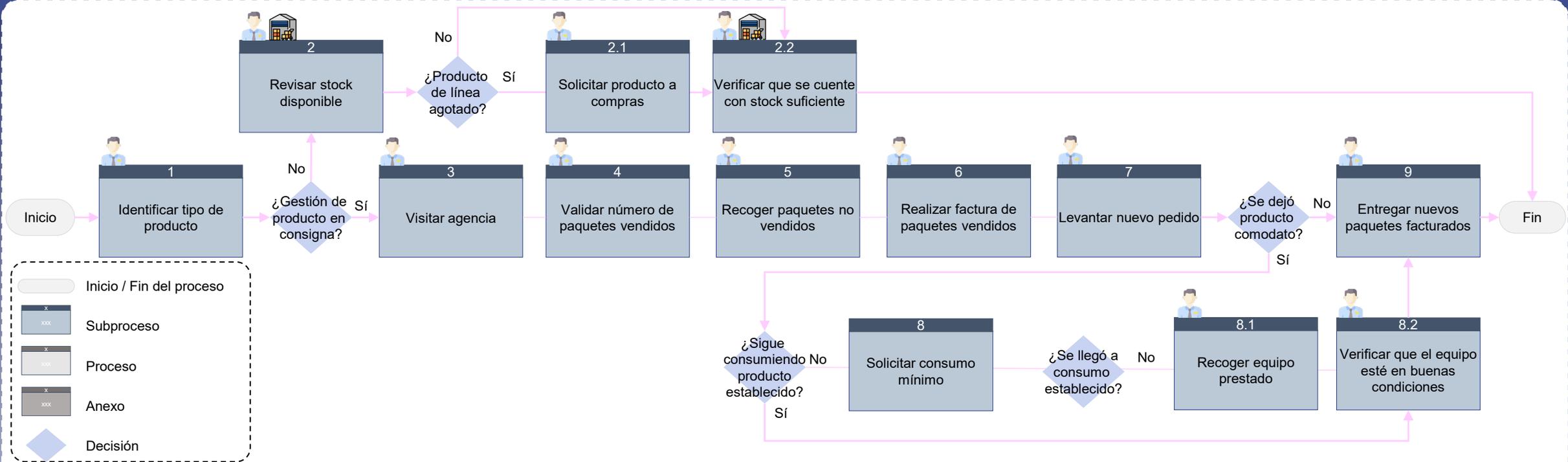
- Postventa (Informado)
- Atención a clientes

#### Consideraciones

- (1) Realizar llamada de calidad 1 semana después de la venta o instalación al cliente.
- (2) Realizar llamada de satisfacción durante llamada de calidad o después de la llamada, o como se le haga más cómodo al cliente.
- (3) Notificar al cliente que se le realizaran llamadas de calidad cada determinado tiempo.

# Atención al cliente

## 3.2.2 Gestión de Producto – RIGO RIMEX



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Número de devoluciones o reclamaciones de productos
- Número de productos en consigna
- Número de productos en comodato

#### Responsables

- Asesor comercial
- Almacén General

#### Consideraciones

- (7) Recordar a asesor comercial de agencia que en el nuevos pedidos ya no se deja producto en consigna.
- (8.2) Revisar detalladamente los equipos para asegurar que no tengan ningún daño o falla.

# Definición & Gestión de Indicadores

## Atención al Cliente



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Seguimiento a Clientes	Nivel de satisfacción del cliente	Obtener una evaluación precisa y objetiva de la experiencia del cliente durante el proceso de servicio y reparación	$\frac{\text{Suma de valores de satisfacción}}{\text{Número total de respuestas}}$	promedio	Mensual
	# de quejas recibidas	Identificar y abordar los problemas y deficiencias en el servicio de atención al cliente	<i>Cantidad de quejas registradas en un periodo específico</i>	quejas	Mensual
Gestión de Producto	Número de devoluciones o reclamaciones de productos	Identificar problemas recurrentes, evaluar la calidad de los productos y mejorar la satisfacción del cliente	<i>Suma de todas las devoluciones o reclamaciones registradas</i>	Devoluciones o reclamaciones	Mensual
	<i>Número de productos en consigna</i>	Evaluar si el número de productos en consigna es adecuado y si existe una rotación suficiente de los mismos	<i>Cantidad total de productos en consigna al final del periodo</i>	pzas	Semanal
	Número de productos en comodato	Evaluar si el número de productos en comodato es adecuado y si existe una rotación suficiente de los mismos	<i>Cantidad total de productos en comodato al final Del periodo</i>	pzas	Semanal



## PROCESOS

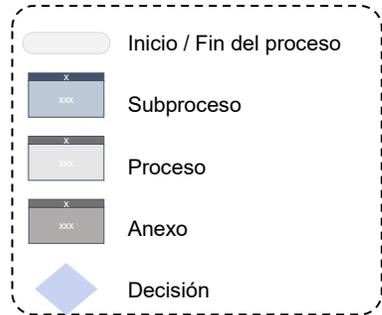
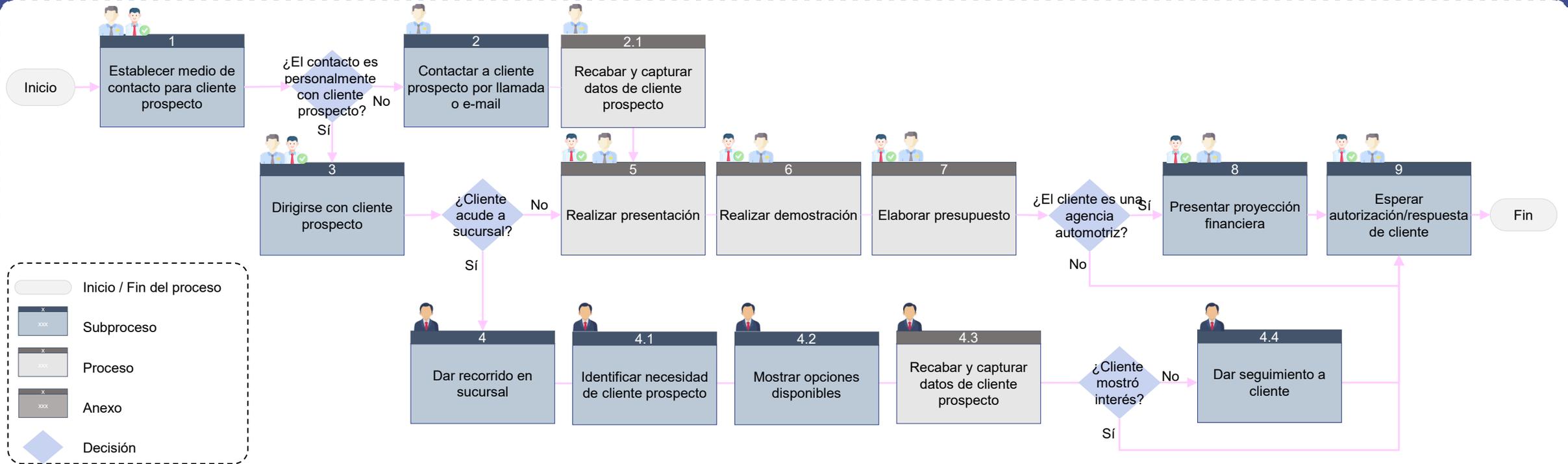
4.1 Servicio al Cliente

4.2 Atención al Cliente



# Servicio al cliente

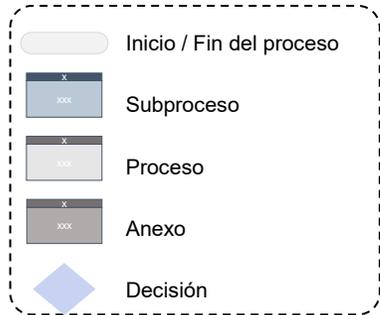
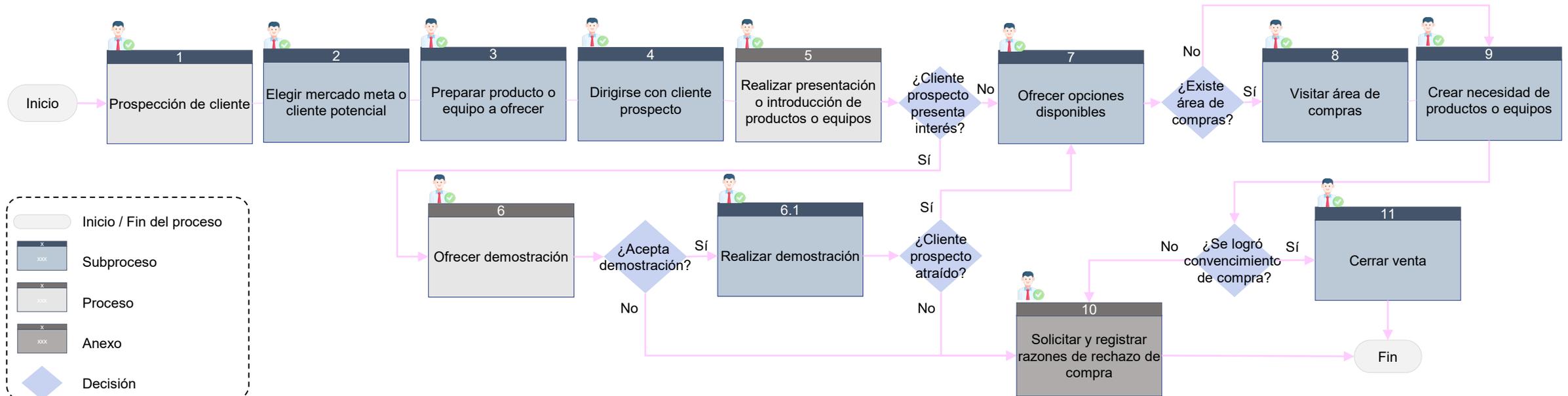
## 4.1.1 Prospección del cliente



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de conversión de prospectos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asesor comercial</li> <li>Asesor comercial de campo</li> <li>Encargado de sucursal</li> </ul>	<p>Las prospecciones personales se refiere las que el asesor busca directamente al cliente. EJ: prospecciones de campo, visitas a agencias y expos.</p> <p>(4.3) Para poder recabar datos en caso de que el cliente no realice ninguna compra, se le deben tomar sus datos invitándolo a una rifa que tenga disponible en ese momento la sucursal.</p> <p>(6) La demostración aplica solo para ciertos productos.</p> <p>(9) Pedir orden de compra del cliente y en caso de no contar con ella, deberá firmar la cotización</p>

# Servicio al cliente

## 4.1.2 Visita / Presentación



### Información Pertinente

#### Indicadores

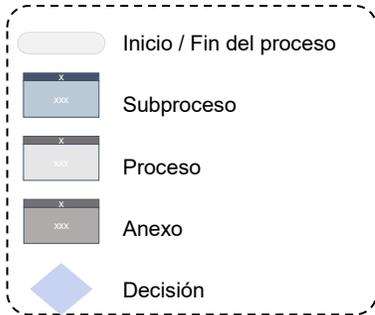
- Número de visitas o presentaciones realizadas.

#### Responsables

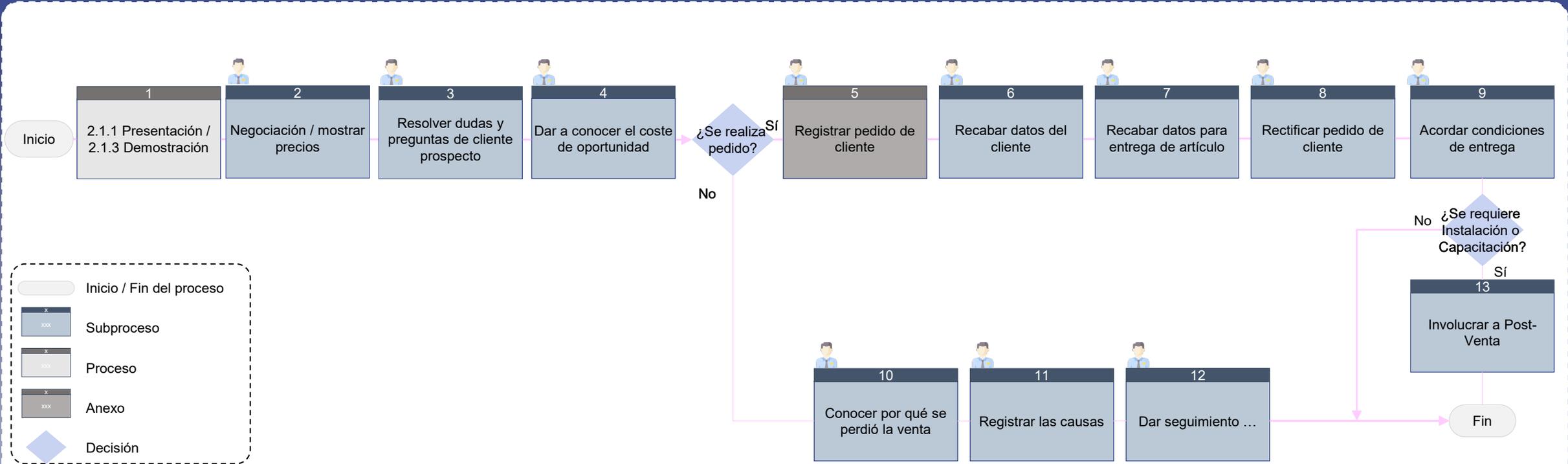
Asesor comercial de campo

#### Consideraciones

(6) Las demostraciones que se realizan son sin compromiso  
 (7) Al ofrecer opciones disponibles, también se deben mostrar listas de precios y toda la información que se considere necesaria.



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Número de demostraciones realizadas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li> Asesor comercial</li><li> Asesor técnico de apoyo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>(4) Explicar a cliente prospecto cómo funciona el producto a través de un detalle paso a paso y lo que aporta.</li><li>(6) Dejar que el cliente tenga contacto con el artículo para que haya mayor poder de convencimiento.</li></ul>



### Información Pertinente

#### Indicadores

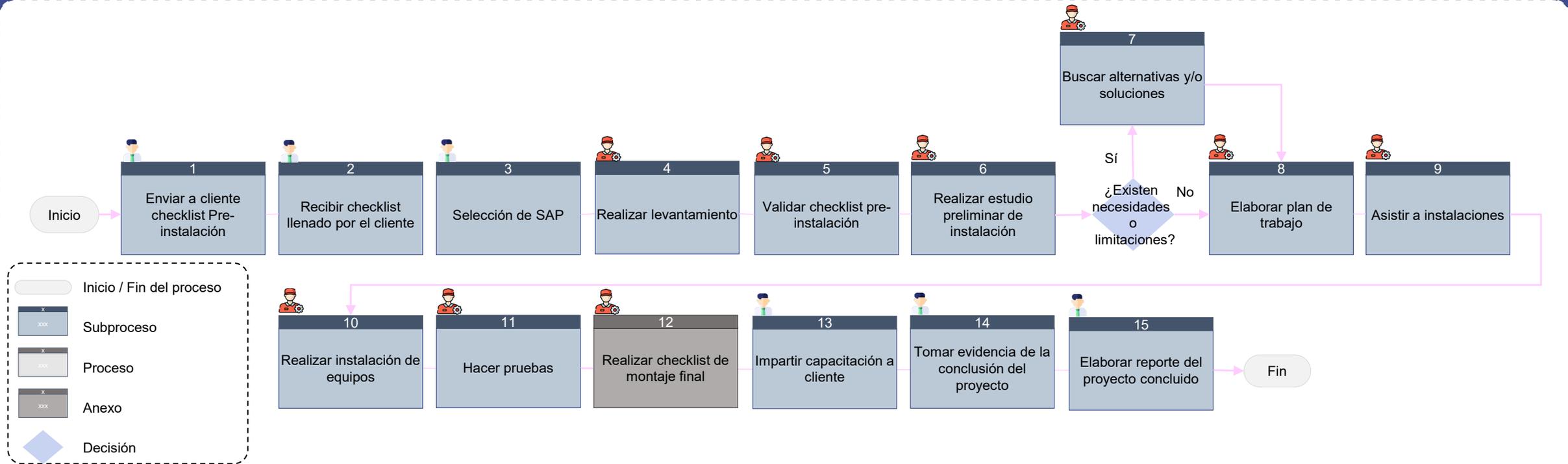
- Tasa de cierre de ventas
- Valor de las ventas cerradas

#### Responsables

Asesor comercial

#### Consideraciones

- (4) Dar a conocer al prospecto lo que se está dejando de ganar por no tener nuestra solución
- (5) Consultar instructivo: VE-VEPO01 GESTIÓN COMERCIAL
- (12) Registrar cuando se puede volver a contactar al prospecto



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Cumplimiento del plazo de instalación
- Número de instalaciones exitosas

#### Responsables

- Postventa
- SAP

#### Consideraciones

- (2) Postventa tiene la obligación de compartir el checklist con el SAP
- (4) Realizar levantamiento de mano de obra y materiales.
- (5) Verificar que realmente se cumplan las condiciones marcadas en el checklist, es decir, que el área realmente cuente con las condiciones necesarias para la instalación.
- (6) Identificar con precisión las necesidades y limitaciones de la instalación a realizar.
- (8) Compartir al Gerente de Unidad de Negocio y Cliente
- (13) Tomar evidencia impartiendo la capacitación

# Definición & Gestión de Indicadores

Servicio al cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Prospección del cliente	Tasa de conversión de prospectos	Evaluar la eficacia de esfuerzos de prospección y como se están convirtiendo los prospectos en clientes reales	$\frac{(\text{Número de prospectos convertidos en clientes}}{\text{Número total de prospectos}} * 100$	%	Semanal
Visita / Presentación	Número de visitas o presentaciones realizadas	Obtener una medida cuantitativa de la actividad y el nivel de interacción que se tiene con el cliente	Cantidad total de visitas o presentaciones realizadas En un periodo de tiempo específico	visitas	Semanal
Demostración	Número de demostraciones realizadas	Evaluar la actividad y el alcance de las presentaciones realizadas por el personal	Cantidad total de demostraciones realizadas	demostraciones	Semanal
Cierre de venta	Tasa de cierre de ventas	Evaluar la efectividad de las interacciones y esfuerzos de venta realizados por el personal	$\frac{(\text{Ventas cerradas}}{\text{Oportunidades de venta}}) * 100$	%	Semanal
	Valor de las ventas cerradas	Evaluar el impacto económico y financiero del servicio al cliente en términos de generación de ingresos	Valor de venta cerrada 1+...+Valor de venta cerrada n	\$	Semanal
Instalaciones	Cumplimiento del plazo de instalación	Evaluar que tan bien se están cumpliendo los plazos establecidos para la instalación de productos o servicios	$\frac{(\text{Instalaciones dentro del plazo}}{\text{Total de instalaciones}}) * 100$	%	Semanal
	Número de instalaciones exitosas	Contar y registrar las instalaciones que se han completado con éxito dentro de un periodo de tiempo	Total de instalaciones exitosas	Instalaciones	Semanal



### PROCESOS

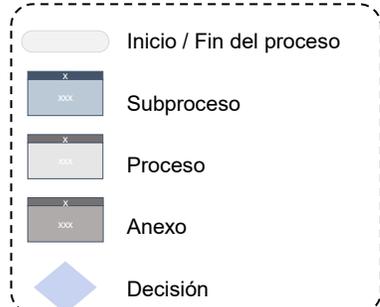
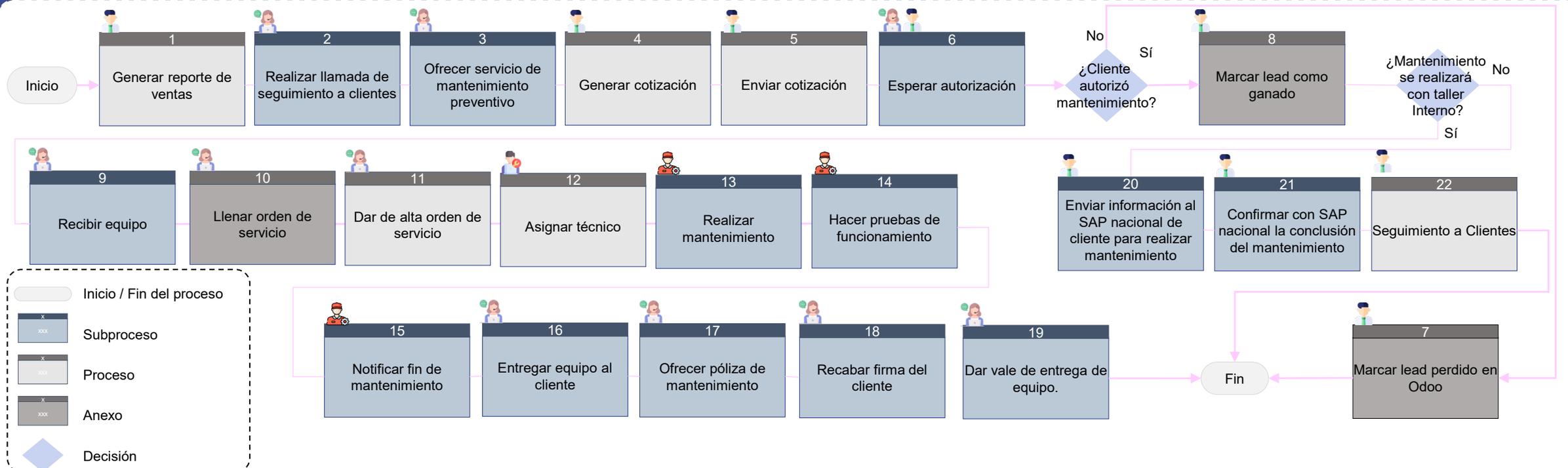
4.1 Servicio al Cliente

4.2 Atención al Cliente



# Atención al cliente

## 4.2.1 Servicio de Mantenimiento



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Porcentaje de cumplimiento de los planes de mantenimiento preventivo
- Porcentaje de clientes con mantenimiento

#### Responsables

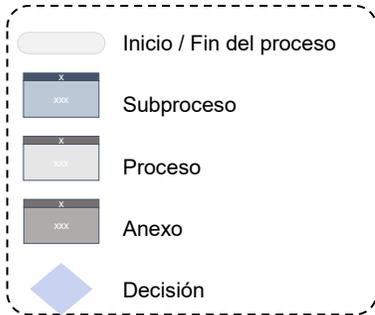
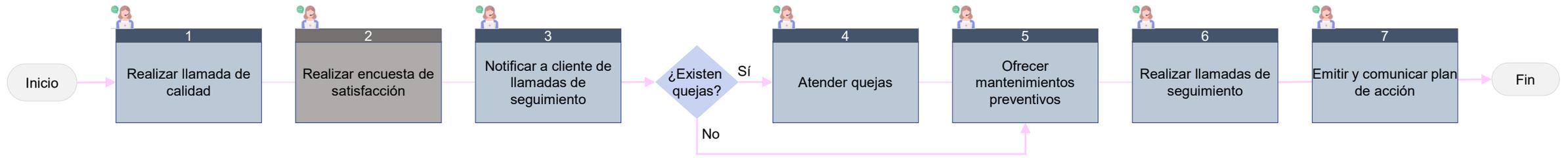
- Postventa
- Coordinador de taller
- Técnico
- Atención a clientes

#### Consideraciones

- (1) Consultar procedimiento para generar reporte de ventas
- (4 y 5) Consultar procedimiento para realizar cotización y envío de la misma en Odoo
- (7 y 8) Consultar procedimiento para marcar leads ganados y perdidos en Odoo
- (10) Recordar tomar evidencias fotográficas del equipo
- (11) Consultar procedimiento para dar de alta orden de servicio
- (12) Consultar procedimiento para asignar técnico en Odoo
- Consultar Manual de análisis de servicios de asistencia para el caso de indicadores.

# Atención al cliente

## 4.2.2 Seguimiento a Clientes



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Nivel de satisfacción del cliente.
- # de quejas recibidas.

#### Responsables

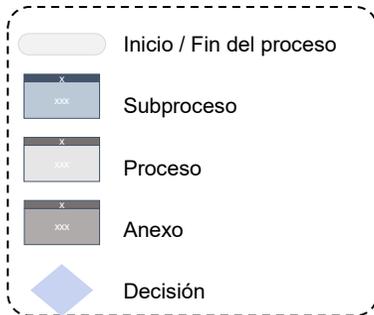
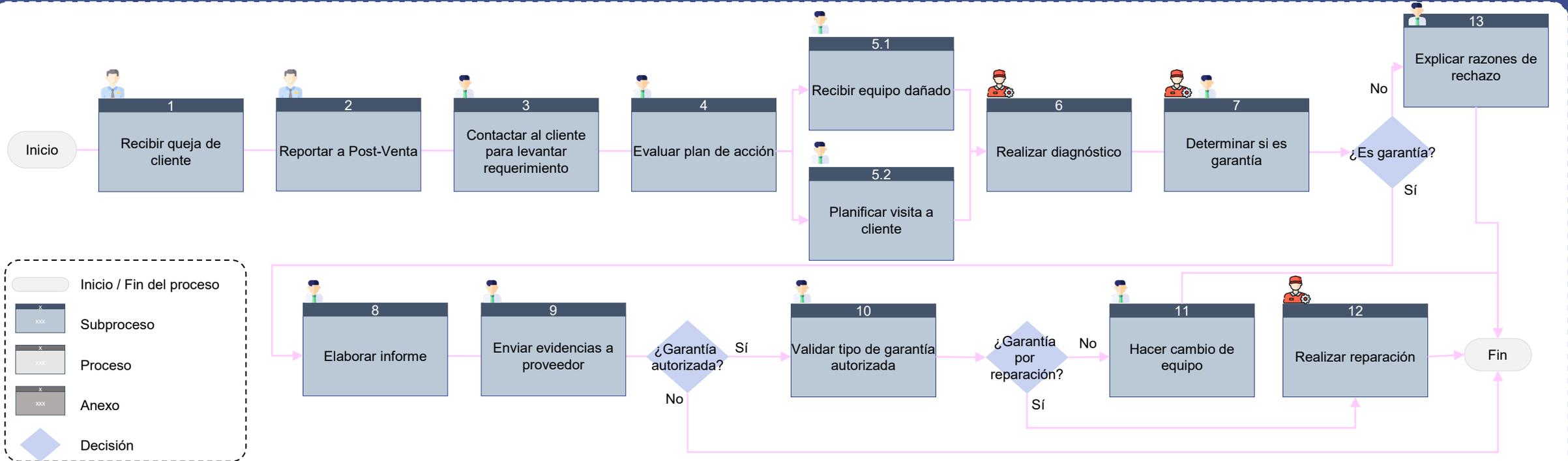
- Postventa (Informado)
- Atención a clientes

#### Consideraciones

- (1) Realizar llamada de calidad 1 semana después de la venta o instalación al cliente.
- (2) Realizar llamada de satisfacción durante llamada de calidad o después de la llamada, o como se le haga más cómodo al cliente.
- (3) Notificar al cliente que se le realizaran llamadas de calidad cada determinado tiempo.

# Atención al cliente

## 4.2.3 Garantías



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo de resolución de garantías
- Porcentaje de reclamaciones repetidas

#### Responsables

- Asesor comercial
- Técnico
- Post-Venta

#### Consideraciones

- (6) Revisar que la falla del equipo sea realmente por un tema que cubra la garantía.
- (9) Revisar que respuesta dio el proveedor acerca de la garantía a aplicar al equipo.
- (10) Realizar reemplazo de equipo dañado por uno nuevo. Mantener informado al cliente en los pasos 6, 8, 11, 12 y 13.

# Definición & Gestión de Indicadores

Atención al Cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Servicio de Mantenimiento	Porcentaje de cumplimiento de los planes de mant. preventivo	Analizar el porcentaje de cumplimiento obtenido y compararlo con los objetivos establecidos y evaluar las posibles causas de incumplimiento	$\frac{(\text{Planes de mantenimiento preventivo cumplidos})}{(\text{Total de planes de mantenimiento programados})} * 100$	%	Semanal
	Porcentaje de clientes con mantenimiento	Evaluar la efectividad de estrategias de promoción y concientización del servicio de mant. preventivo	$\frac{(\text{Clientes con mantenimiento preventivo})}{(\text{Total de clientes})} * 100$	%	Mensual
Seguimiento a Clientes	Nivel de satisfacción del cliente	Obtener una evaluación precisa y objetiva de la experiencia del cliente durante el proceso de servicio y reparación	$\frac{(\text{Suma de valores de satisfacción})}{(\text{Número total de respuestas})}$	Promedio	
	# de quejas recibidas	Identificar y abordar los problemas y deficiencias en el servicio de atención al cliente	Cantidad de quejas registradas en un periodo específico	Quejas	Mensual
Garantías	Tiempo de resolución de garantías	Evaluar la eficiencia y la capacidad de respuesta del equipo de atención al cliente en la resolución de problemas y reclamos de los clientes	Hora de finalización – Hora de inicio	Hrs.	Semanal
	Porcentaje de reclamaciones repetidas	Identificar y abordar las causas subyacentes de las reclamaciones repetidas para mejorar la calidad en el servicio y satisfacción al cliente	$\frac{(\text{Número de reclamaciones repetidas})}{(\text{Número total de reclamaciones})} * 100$	%	Mensual



## PROCESOS

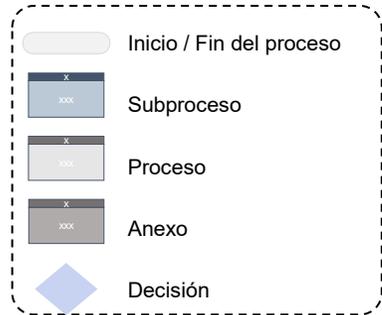
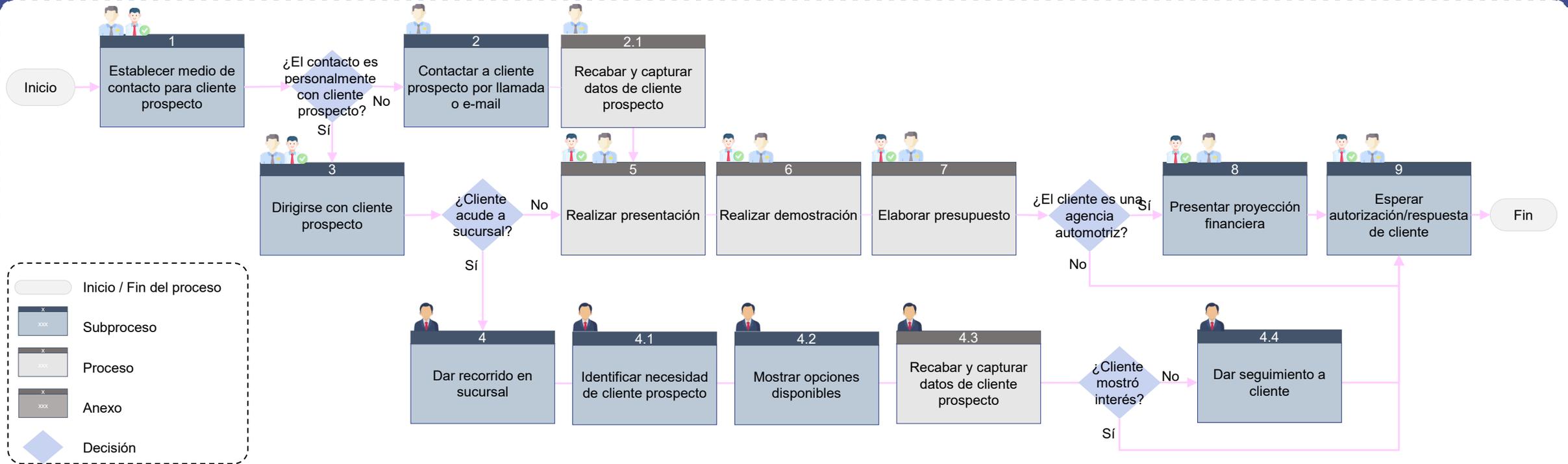
**5.1 Servicio al Cliente**

**5.2 Atención al Cliente**

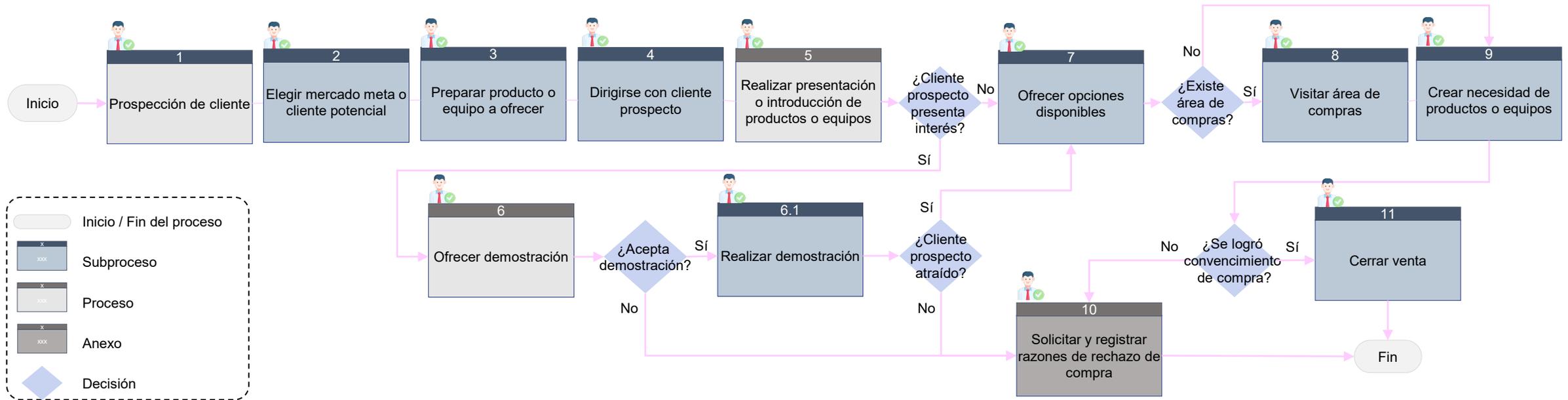


# Servicio al cliente

## 5.1.1 Prospección del cliente

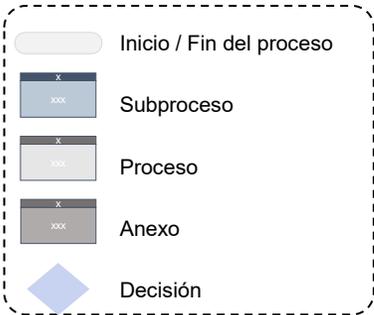


Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de conversión de prospectos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asesor comercial</li> <li>Asesor comercial de campo</li> <li>Encargado de sucursal</li> </ul>	<p>Las prospecciones personales se refiere las que el asesor busca directamente al cliente. EJ: prospecciones de campo, visitas a agencias y expos.</p> <p>(4.3) Para poder recabar datos en caso de que el cliente no realice ninguna compra, se le deben tomar sus datos invitándolo a una rifa que tenga disponible en ese momento la sucursal.</p> <p>(6) La demostración aplica solo para ciertos productos.</p> <p>(9) Pedir orden de compra del cliente y en caso de no contar con ella, deberá firmar la cotización</p>

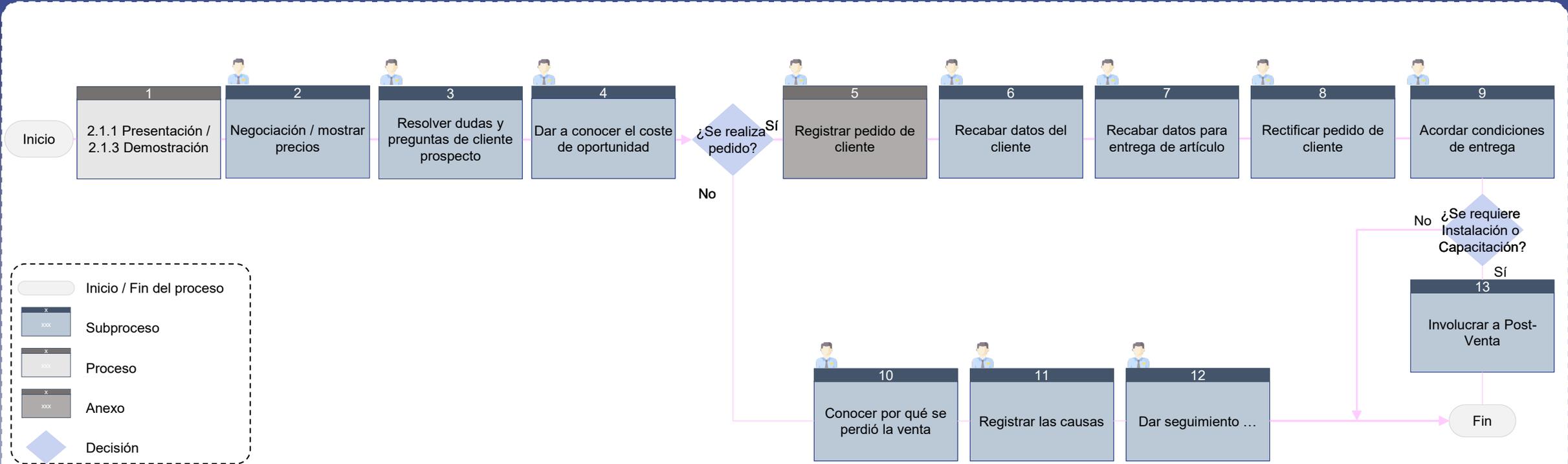


Inicio / Fin del proceso  
Subproceso  
Proceso  
Anexo  
◆ Decisión

Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de visitas o presentaciones realizadas.</li> </ul>	Asesor comercial de campo	(6) Las demostraciones que se realizan son sin compromiso (7) Al ofrecer opciones disponibles, también se deben mostrar listas de precios y toda la información que se considere necesaria.



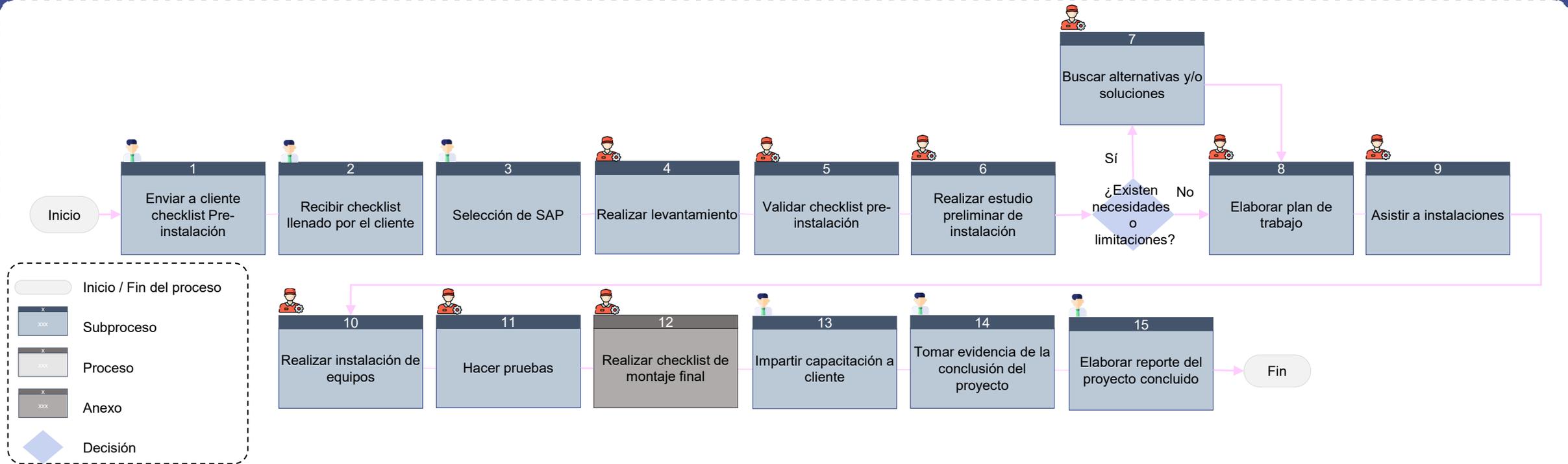
Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"><li>Número de demostraciones realizadas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li> Asesor comercial</li><li> Asesor técnico de apoyo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>(4) Explicar a cliente prospecto cómo funciona el producto a través de un detalle paso a paso y lo que aporta.</li><li>(6) Dejar que el cliente tenga contacto con el artículo para que haya mayor poder de convencimiento.</li></ul>



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de cierre de ventas</li> <li>Valor de las ventas cerradas</li> </ul>	Asesor comercial	(4) Dar a conocer al prospecto lo que se está dejando de ganar por no tener nuestra solución (5) Consultar instructivo: VE-VEPO01 GESTIÓN COMERCIAL (12) Registrar cuando se puede volver a contactar al prospecto

# Servicio al cliente

## 5.1.5 Instalaciones



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Cumplimiento del plazo de instalación
- Número de instalaciones exitosas

#### Responsables

- Postventa
- SAP

#### Consideraciones

- (2) Postventa tiene la obligación de compartir el checklist con el SAP
- (4) Realizar levantamiento de mano de obra y materiales.
- (5) Verificar que realmente se cumplan las condiciones marcadas en el checklist, es decir, que el área realmente cuente con las condiciones necesarias para la instalación.
- (6) Identificar con precisión las necesidades y limitaciones de la instalación a realizar.
- (8) Compartir al Gerente de Unidad de Negocio y Cliente
- (13) Tomar evidencia impartiendo la capacitación

# Definición & Gestión de Indicadores

Servicio al cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Prospección del cliente	Tasa de conversión de prospectos	Evaluar la eficacia de esfuerzos de prospección y como se están convirtiendo los prospectos en clientes reales	$\frac{(\text{Número de prospectos convertidos en clientes}}{\text{Número total de prospectos}} * 100$	%	Semanal
Visita / Presentación	Número de visitas o presentaciones realizadas	Obtener una medida cuantitativa de la actividad y el nivel de interacción que se tiene con el cliente	Cantidad total de visitas o presentaciones realizadas En un periodo de tiempo específico	visitas	Semanal
Demostración	Número de demostraciones realizadas	Evaluar la actividad y el alcance de las presentaciones realizadas por el personal	Cantidad total de demostraciones realizadas	demostraciones	Semanal
Cierre de venta	Tasa de cierre de ventas	Evaluar la efectividad de las interacciones y esfuerzos de venta realizados por el personal	$\frac{(\text{Ventas cerradas}}{\text{Oportunidades de venta}}) * 100$	%	Semanal
	Valor de las ventas cerradas	Evaluar el impacto económico y financiero del servicio al cliente en términos de generación de ingresos	Valor de venta cerrada 1+...+Valor de venta cerrada n	\$	Semanal
Instalaciones	Cumplimiento del plazo de instalación	Evaluar que tan bien se están cumpliendo los plazos establecidos para la instalación de productos o servicios	$\frac{(\text{Instalaciones dentro del plazo}}{\text{Total de instalaciones}}) * 100$	%	Semanal
	Número de instalaciones exitosas	Contar y registrar las instalaciones que se han completado con éxito dentro de un periodo de tiempo	Total de instalaciones exitosas	Instalaciones	Semanal



## PROCESOS

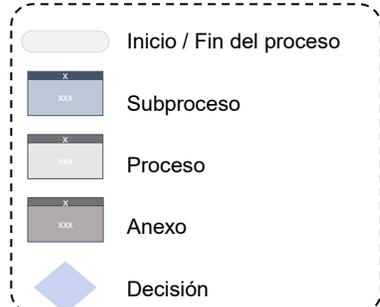
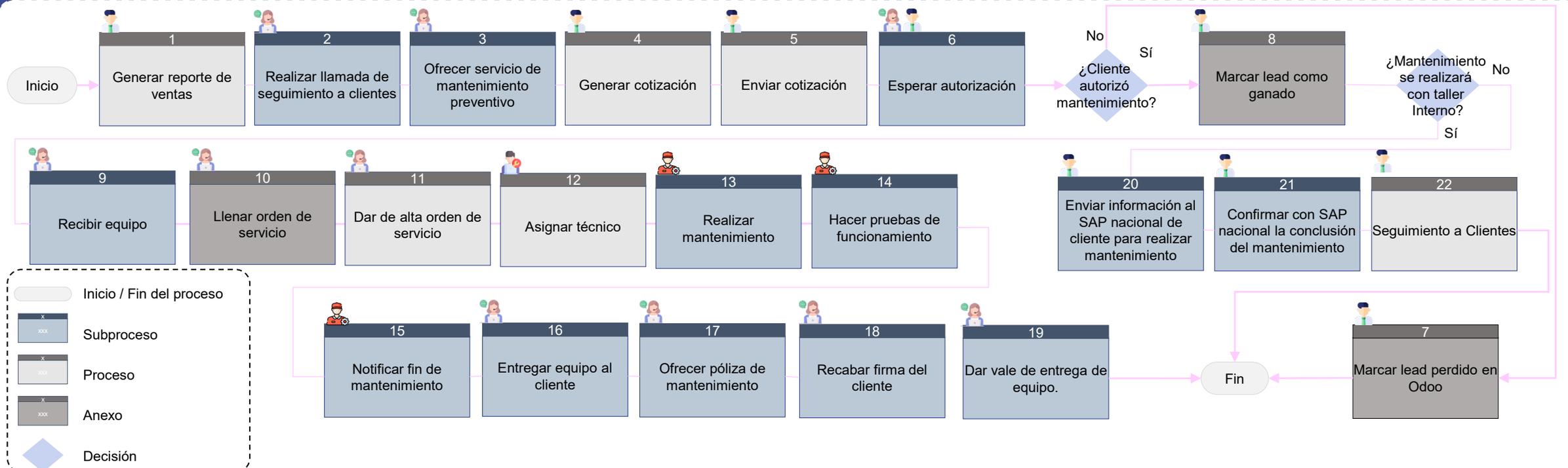
5.1 Servicio al Cliente

5.2 Atención al Cliente



# Atención al cliente

## 5.2.1 Servicio de Mantenimiento



### Información Pertinente

#### Indicadores

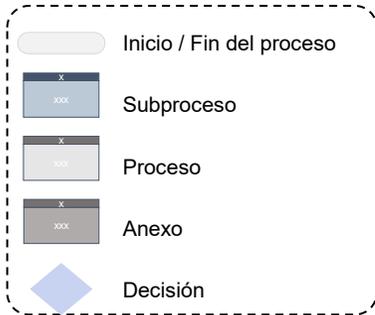
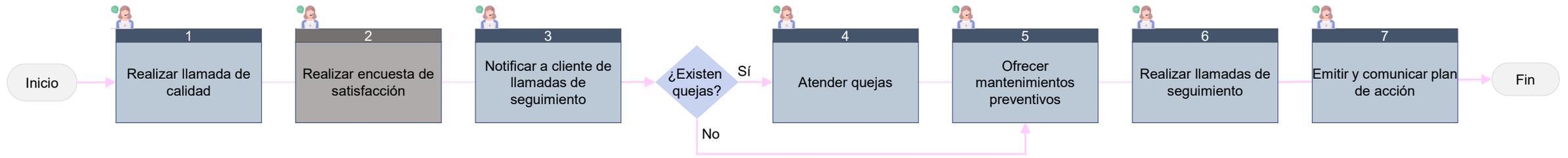
- Porcentaje de cumplimiento de los planes de mantenimiento preventivo
- Porcentaje de clientes con mantenimiento
- Servicios en garantía.
- Total de servicios Ex Situ.
- Servicios In Situ.

#### Responsables

- Postventa
- Coordinador de taller
- Técnico
- Atención a clientes

#### Consideraciones

- (1) Consultar procedimiento para generar reporte de ventas  
 (4 y 5) Consultar procedimiento para realizar cotización y envío de la misma en Odoo  
 (7 y 8) Consultar procedimiento para marcar leads ganados y perdidos en Odoo  
 (10) Recordar tomar evidencias fotográficas del equipo  
 (11) Consultar procedimiento para dar de alta orden de servicio  
 (12) Consultar procedimiento para asignar técnico en Odoo  
 Consultar Manual de análisis de servicios de asistencia para el caso de indicadores.



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Nivel de satisfacción del cliente.
- # de quejas recibidas.

#### Responsables

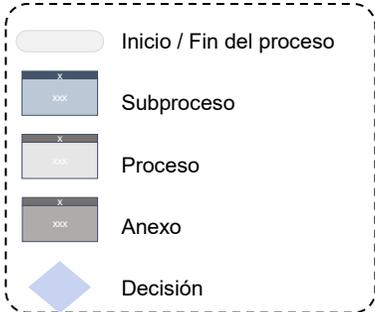
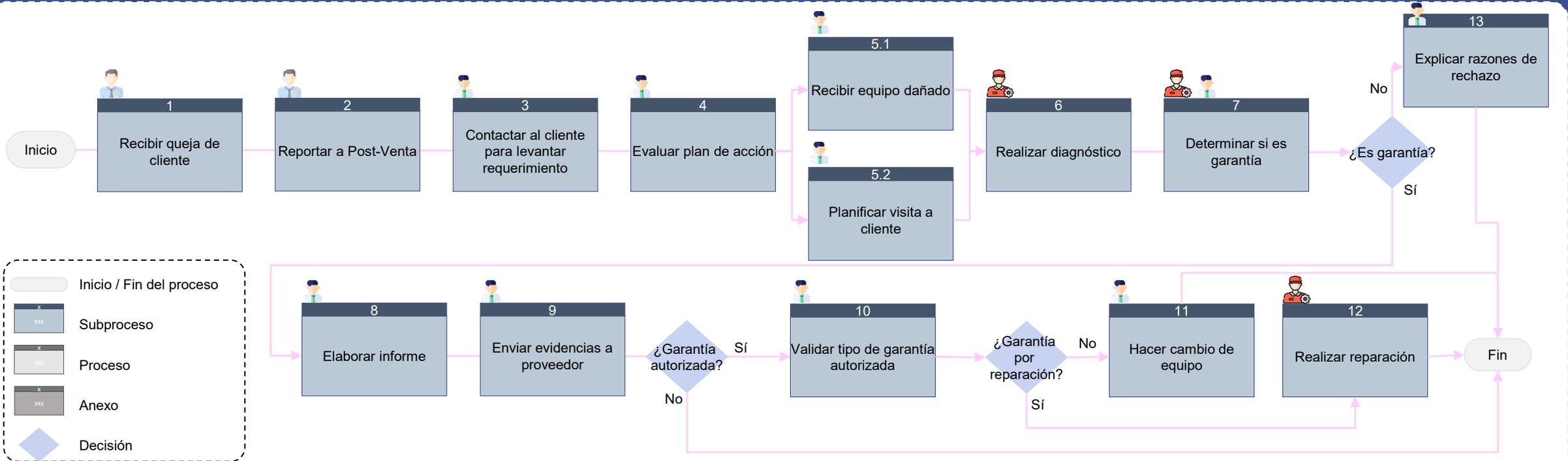
- Postventa (Informado)
- Atención a clientes

#### Consideraciones

- (1) Realizar llamada de calidad 1 semana después de la venta o instalación al cliente.
- (2) Realizar llamada de satisfacción durante llamada de calidad o después de la llamada, o como se le haga más cómodo al cliente.
- (3) Notificar al cliente que se le realizaran llamadas de calidad cada determinado tiempo.

# Atención al cliente

## 5.2.3 Garantías



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo de resolución de garantías
- Porcentaje de reclamaciones repetidas

#### Responsables

- Asesor comercial
- Técnico
- Post-Venta

#### Consideraciones

- (6) Revisar que la falla del equipo sea realmente por un tema que cubra la garantía.
- (9) Revisar que respuesta dio el proveedor acerca de la garantía a aplicar al equipo.
- (10) Realizar reemplazo de equipo dañado por uno nuevo. Mantener informado al cliente en los pasos 6, 8, 11, 12 y 13.

# Definición & Gestión de Indicadores

## Atención al Cliente



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Servicio de Mantenimiento	Porcentaje de cumplimiento de los planes de mant. preventivo	Analizar el porcentaje de cumplimiento obtenido y compararlo con los objetivos establecidos y evaluar las posibles causas de incumplimiento	$\frac{(\text{Planes de mantenimiento preventivo cumplidos})}{(\text{Total de planes de mantenimiento programados})} * 100$	%	Semanal
	Porcentaje de clientes con mantenimiento	Evaluar la efectividad de estrategias de promoción y concientización del servicio de mant. preventivo	$\frac{(\text{Clientes con mantenimiento preventivo})}{(\text{Total de clientes})} * 100$	%	Mensual
Seguimiento a Clientes	Nivel de satisfacción del cliente	Obtener una evaluación precisa y objetiva de la experiencia del cliente durante el proceso de servicio y reparación	$\frac{(\text{Suma de valores de satisfacción})}{(\text{Número total de respuestas})}$	promedio	
	Cumplimiento al plan de seguimiento	Evaluar la efectividad y la calidad de las actividades de seguimiento realizadas hacia los clientes	$\frac{(\text{Actividades de seguimiento realizadas correctamente})}{(\text{Total de actividades de seguimiento programadas})} * 100$	%	Mensual
	# de quejas recibidas	Identificar y abordar los problemas y deficiencias en el servicio de atención al cliente	Cantidad de quejas registradas en un periodo específico	quejas	Mensual
Garantías	Tiempo de resolución de garantías	Evaluar la eficiencia y la capacidad de respuesta del equipo de atención al cliente en la resolución de problemas y reclamos de los clientes	Hora de finalización – Hora de inicio	Hrs.	Semanal
	Porcentaje de reclamaciones repetidas	Identificar y abordar las causas subyacentes de las reclamaciones repetidas para mejorar la calidad en el servicio y satisfacción al cliente	$\frac{(\text{Número de reclamaciones repetidas})}{(\text{Número total de reclamaciones})} * 100$	%	Mensual



S E R G I N  
Servicios RG Integrales

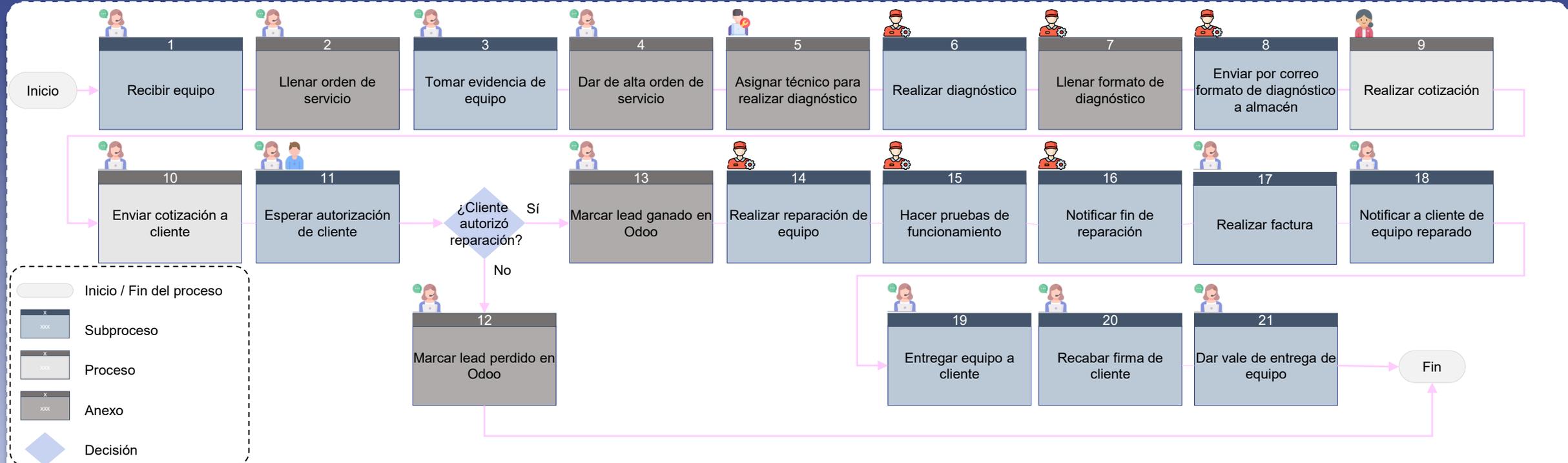
## PROCESOS

### 6.1 Atención al Cliente



# Atención al cliente

## 6.1.1 Solicitud de Servicio - Reparaciones



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo de resolución
- Nivel de satisfacción del cliente

#### Responsables

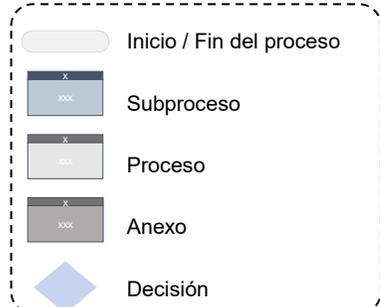
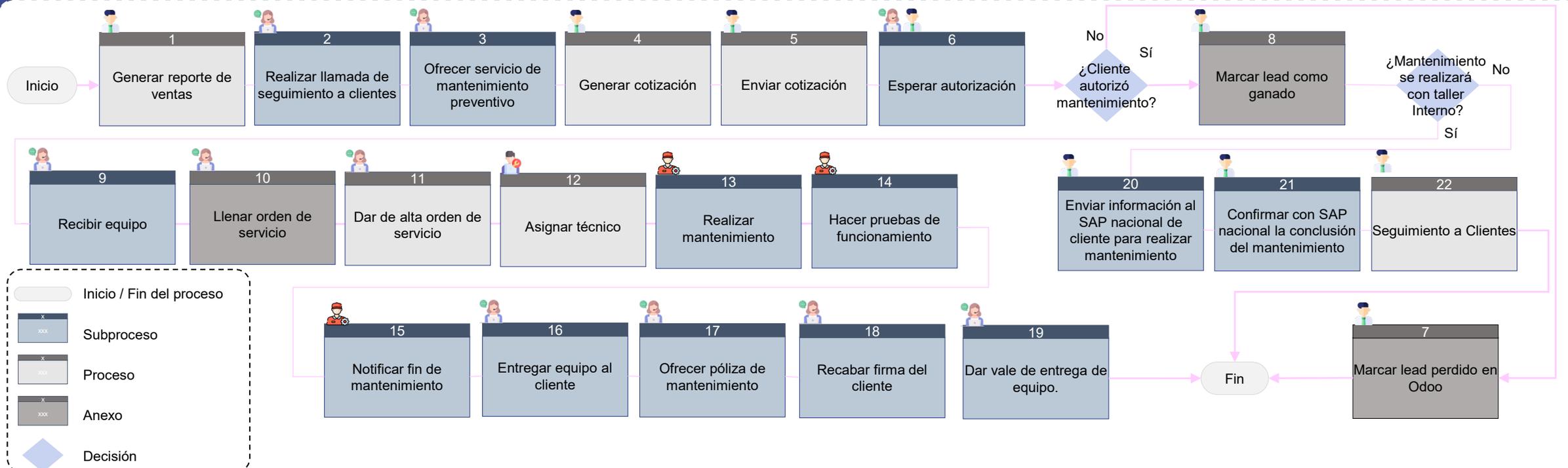
- Atención a clientes
- Responsable de almacén
- Coordinador de taller
- Cliente
- Técnico

#### Consideraciones

- (2) Consultar formato: 2.2.1 SOLICITUD DE SERVICIO-REPARACIONES\_PASO 2
- (4) Consultar instructivo para realizar alta de ordenes de servicio en Odoo
- (5) Consultar instructivos para asignar técnico en Odoo
- (7) Consultar formato: 2.2.1 SOLICITUD DE SERVICIO-REPARACIONES\_PASO 7
- (9) Consultar instructivo para realizar cotizaciones en Odoo.
- (10) Consultar instructivo para enviar cotizaciones a cliente a través de Odoo.
- (12 y 13) Consultar instructivo para marcar leads como ganados y perdidos.
- (17) En caso de que el cliente requiera factura física, acudir con cobranza. Consultar Manual de análisis de servicios de asistencia para el caso de indicadores.

# Atención al cliente

## 6.1.2 Servicio de Mantenimiento



### Información Pertinente

#### Indicadores

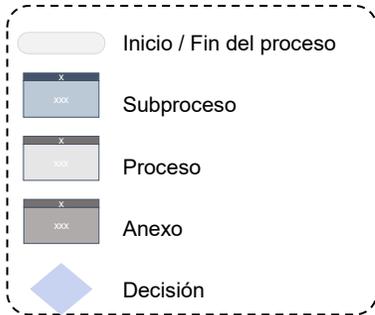
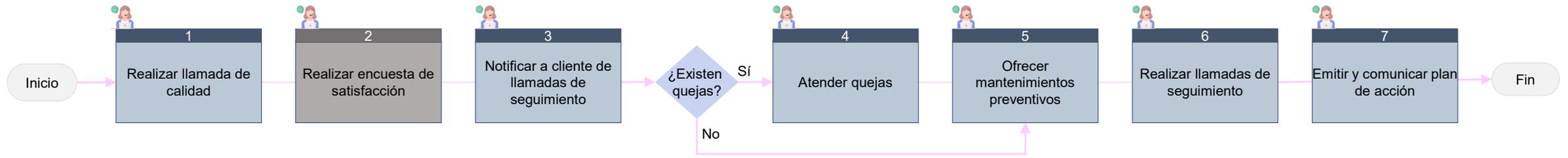
- Porcentaje de cumplimiento de los planes de mantenimiento preventivo
- Porcentaje de clientes con mantenimiento

#### Responsables

- Postventa
- Coordinador de taller
- Técnico
- Atención a clientes

#### Consideraciones

- (1) Consultar procedimiento para generar reporte de ventas
- (4 y 5) Consultar procedimiento para realizar cotización y envío de la misma en Odoo
- (7 y 8) Consultar procedimiento para marcar leads ganados y perdidos en Odoo
- (10) Recordar tomar evidencias fotográficas del equipo
- (11) Consultar procedimiento para dar de alta orden de servicio
- (12) Consultar procedimiento para asignar técnico en Odoo
- Consultar Manual de análisis de servicios de asistencia para el caso de indicadores.



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Nivel de satisfacción del cliente.
- # de quejas recibidas.

#### Responsables

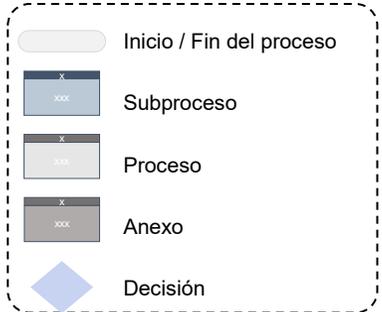
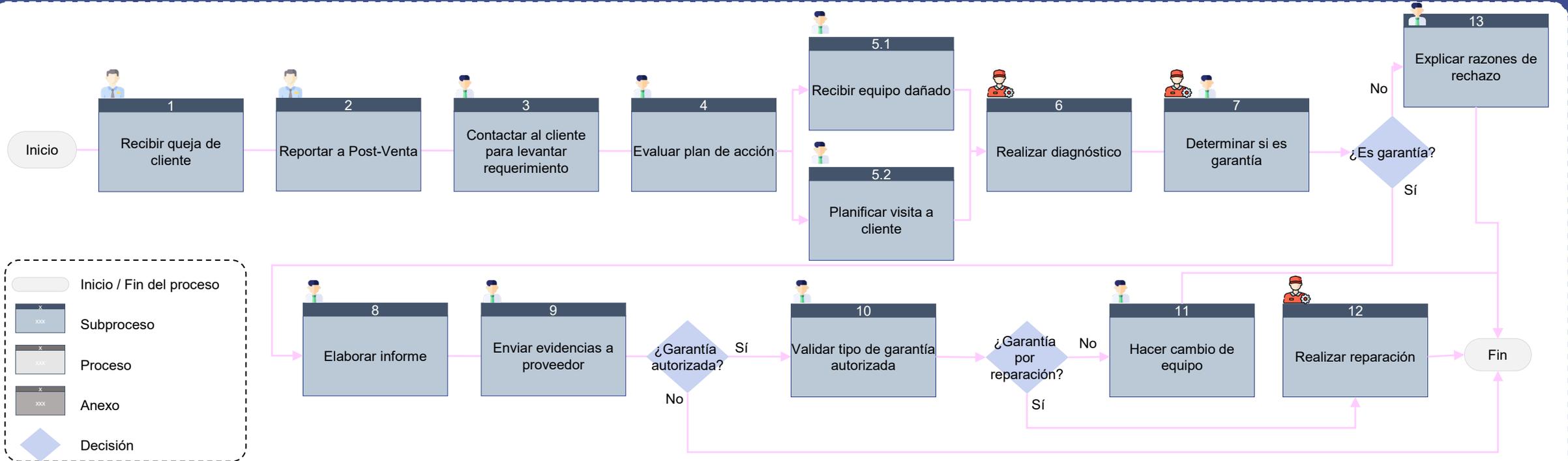
- Postventa (Informado)
- Atención a clientes

#### Consideraciones

- (1) Realizar llamada de calidad 1 semana después de la venta o instalación al cliente.
- (2) Realizar llamada de satisfacción durante llamada de calidad o después de la llamada, o como se le haga más cómodo al cliente.
- (3) Notificar al cliente que se le realizaran llamadas de calidad cada determinado tiempo.

# Atención al cliente

## 6.1.4 Garantías



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo de resolución de garantías
- Porcentaje de reclamaciones repetidas

#### Responsables

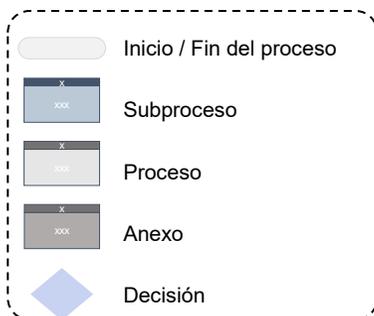
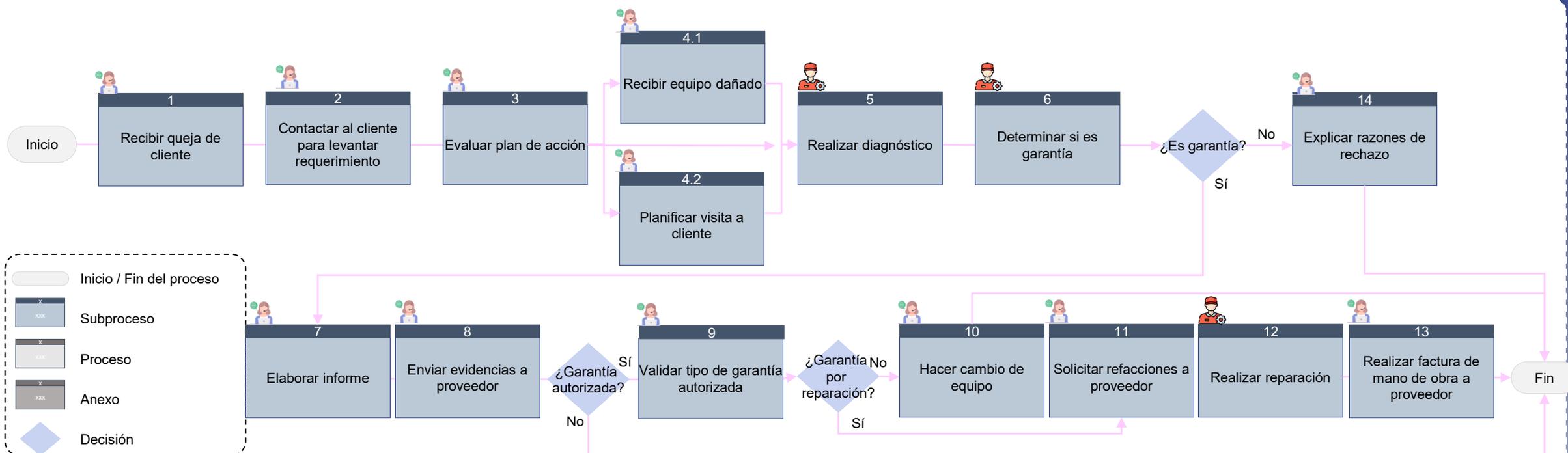
- Asesor comercial
- Técnico
- Post-Venta

#### Consideraciones

- (6) Revisar que la falla del equipo sea realmente por un tema que cubra la garantía.
- (9) Revisar que respuesta dio el proveedor acerca de la garantía a aplicar al equipo.
- (10) Realizar reemplazo de equipo dañado por uno nuevo.
- Mantener informado al cliente en los pasos 6, 8, 11, 12 y 13.

# Atención al cliente

## 6.1.5 Garantías SERGIN



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo de resolución de garantías.

#### Responsables

- Asesor comercial
- Técnico
- Post-Venta
- Atención a clientes
- Almacén

#### Consideraciones

- (6) Revisar que la falla del equipo sea realmente por un tema que cubra la garantía.
- (9) Revisar que respuesta dio el proveedor acerca de la garantía a aplicar al equipo.
- (10) Realizar reemplazo de equipo dañado por uno nuevo.
- (12) Las refacciones se solicitan vía correo electrónico o en su caso a través de plataforma.

# Definición & Gestión de Indicadores

Atención al Cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Solicitud de servicio - Reparaciones	Tiempo de resolución	Evaluar la eficiencia y efectividad del proceso de resolución de solicitudes	$\frac{\text{Suma de los tiempos de resolución}}{\text{Número total de solicitudes de servicio}}$	Hrs.	Semanal
	Nivel de satisfacción del cliente	Obtener una evaluación precisa y objetiva de la experiencia del cliente durante el proceso de servicio y reparación	$\frac{(\text{Suma de valores de satisfacción})}{(\text{Número total de respuestas})}$	promedio	Semanal
Servicio de Mantenimiento	Porcentaje de cumplimiento de los planes de mant. preventivo	Analizar el porcentaje de cumplimiento obtenido y compararlo con los objetivos establecidos y evaluar las posibles causas de incumplimiento	$\frac{(\text{Planes de mantenimiento preventivo cumplidos})}{\text{Total de planes de mantenimiento programados}} * 100$	%	Semanal
	Porcentaje de clientes con mantenimiento	Evaluar la efectividad de estrategias de promoción y concientización del servicio de mant. preventivo	$\frac{(\text{Clientes con mantenimiento preventivo})}{\text{Total de clientes}} * 100$	%	Mensual
Seguimiento a Clientes	Nivel de satisfacción del cliente	Obtener una evaluación precisa y objetiva de la experiencia del cliente durante el proceso de servicio y reparación	$\frac{(\text{Suma de valores de satisfacción})}{(\text{Número total de respuestas})}$	promedio	Mensual
	# de quejas recibidas	Identificar y abordar los problemas y deficiencias en el servicio de atención al cliente	Cantidad de quejas registradas en un periodo específico	quejas	Mensual
Garantías	Tiempo de resolución de garantías	Evaluar la eficiencia y la capacidad de respuesta del equipo de atención al cliente en la resolución de problemas y reclamos de los clientes	$\text{Hora de finalización} - \text{Hora de inicio}$	Hrs.	Semanal
	Porcentaje de reclamaciones repetidas	Identificar y abordar las causas subyacentes de las reclamaciones repetidas para mejorar la calidad en el servicio y satisfacción al cliente	$\frac{\text{Número de reclamaciones repetidas}}{\text{Número total de reclamaciones}} * 100$	%	Mensual
Garantías SERGIN	Tiempo de resolución de garantías	Evaluar la eficiencia y la capacidad de respuesta del equipo de atención al cliente en la resolución de problemas y reclamos de los clientes	$\text{Hora de finalización} - \text{Hora de inicio}$	Hrs.	Semanal

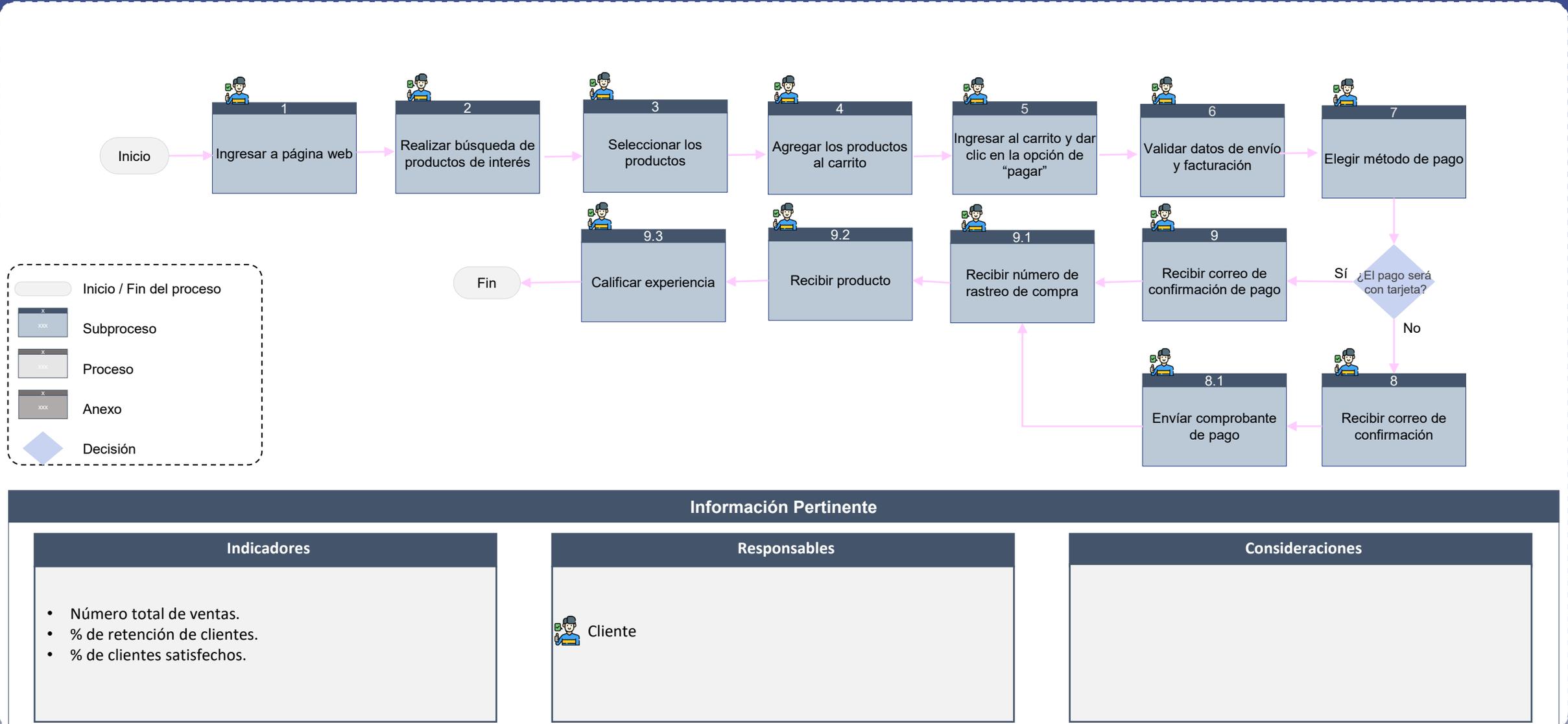


### PROCESOS

7.1 Servicio al cliente

7.2 Proceso de cobro





### Información Pertinente

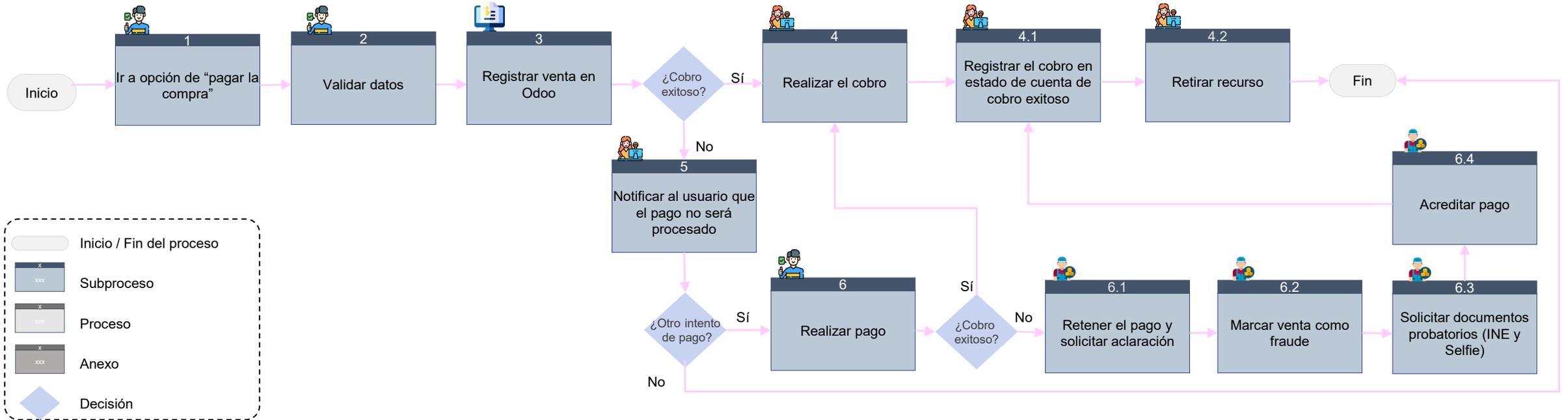
#### Indicadores

- Número total de ventas.
- % de retención de clientes.
- % de clientes satisfechos.

#### Responsables

Cliente

#### Consideraciones



### Información Pertinente

#### Indicadores

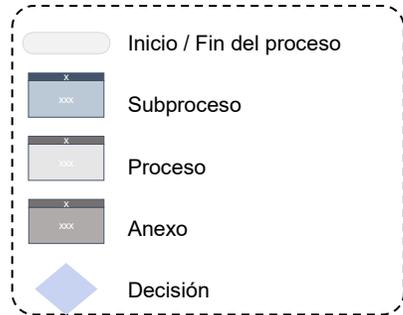
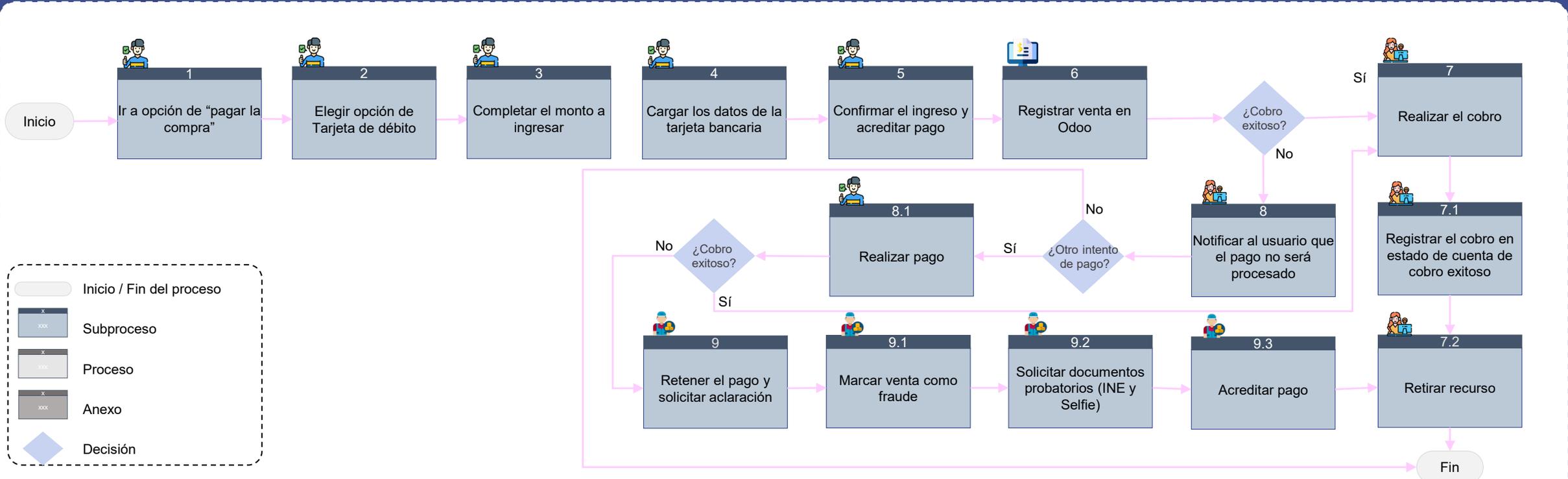
- % de conversión del enlace de pago.
- Tiempo promedio de pago.

#### Responsables

- Gerente E-commerce
- Cliente
- Proveedor
- Sistema (Odoo)

#### Consideraciones

1. Los datos del cliente deben coincidir o el sistema por protección va a retener el pago y marcará la venta como fraude.
2. Una vez que el dinero se vea reflejado en la cuenta, se puede retirar sin ningún contratiempo.



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Número total de transacciones procesadas exitosamente.
- % de conversión de transacciones.
- % de rechazo de transacciones.

#### Responsables

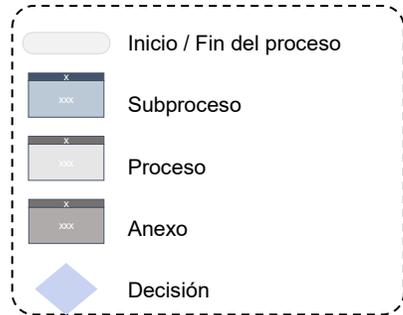
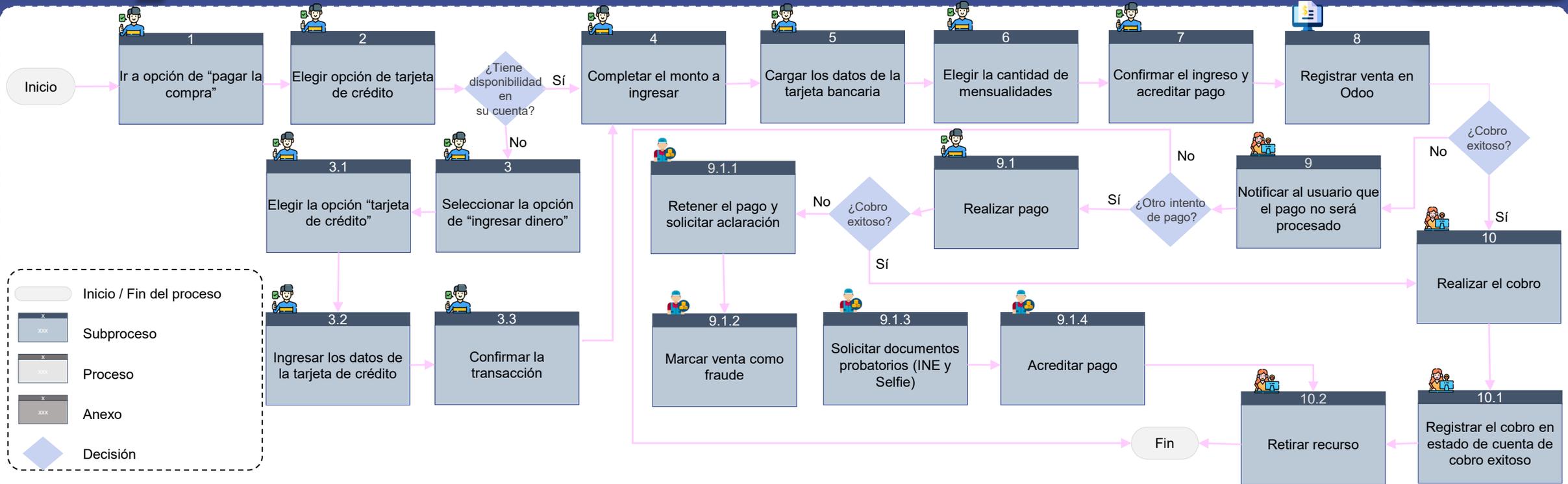
- Gerente E-commerce
- Cliente
- Proveedor
- Sistema (Odoo)

#### Consideraciones

1. Los datos del cliente deben coincidir o el sistema por protección va a retener el pago y marcará la venta como fraude.
2. Una vez que el dinero se vea reflejado en la cuenta, se puede retirar sin ningún contratiempo.

# Servicio al cliente

## 7.1.4 Proceso de cobro "Tarjeta de crédito Mercado pago" – To be



### Información Pertinente

#### Indicadores

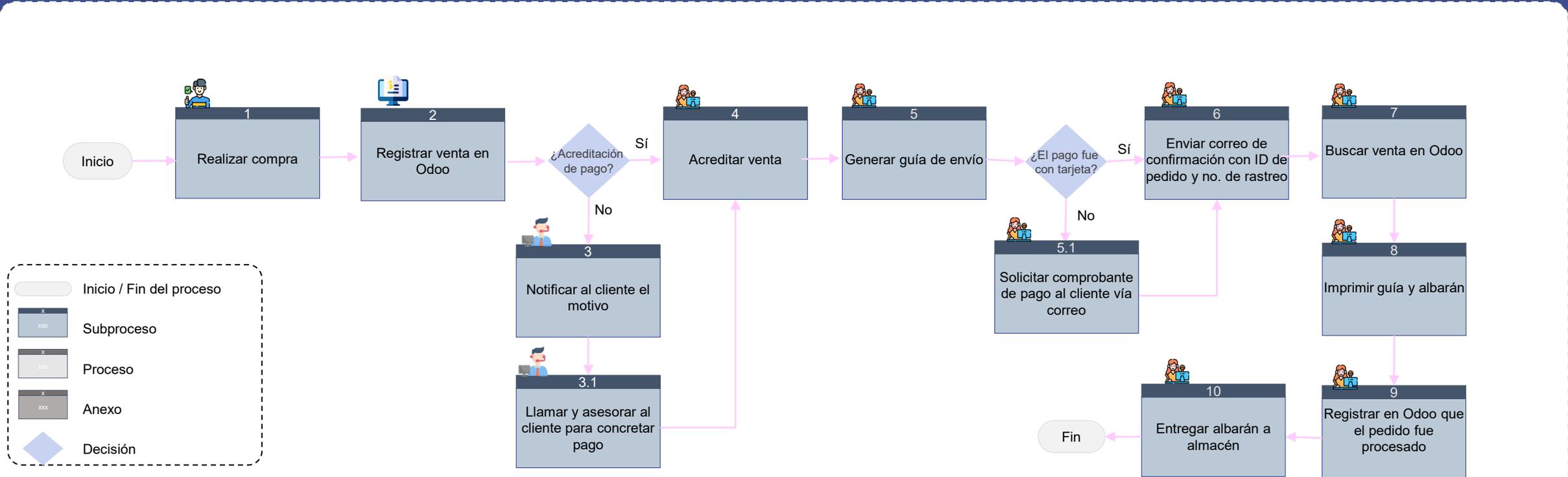
- Número total de ventas con tarjeta de débito.
- % de rechazo de transacciones.

#### Responsables

- Gerente E-commerce
- Cliente
- Proveedor
- Sistema (Odoo)

#### Consideraciones

1. Los datos del cliente deben coincidir o el sistema por protección va a retener el pago y marcará la venta como fraude.
2. Una vez que el dinero se vea reflejado en la cuenta, se puede retirar sin ningún contratiempo.



### Información Pertinente

#### Indicadores

- Tiempo de ciclo de pedido.

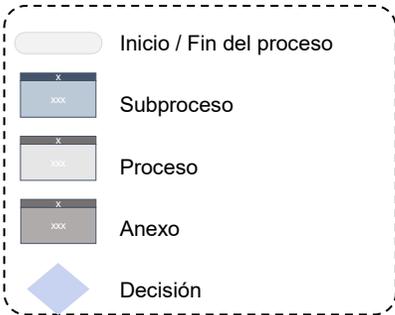
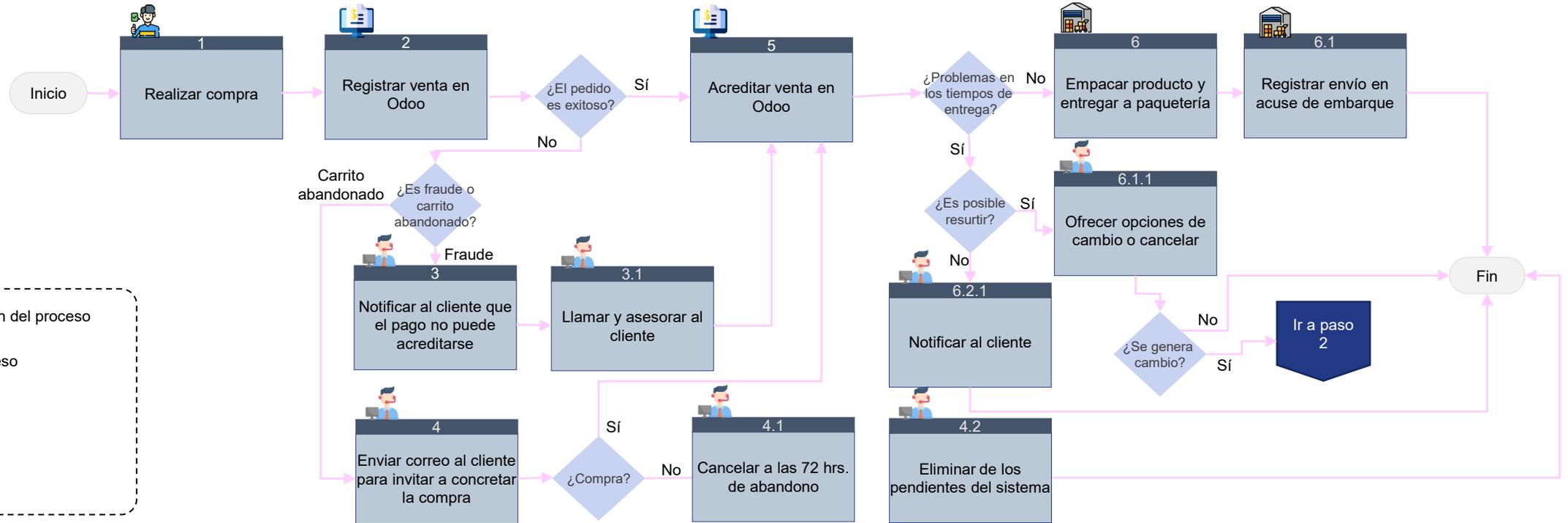
#### Responsables

- Gerente E-commerce
- Asesor de servicio
- Sistema (Odoo)

#### Consideraciones

# Servicio al cliente

## 7.1.6 Proceso de Asesoría de pedidos



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiempo de respuesta al cliente.</li> <li>% de retención de clientes.</li> <li>Ventas generadas a través del asesoramiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Almacén</li> <li>Asesor de servicio</li> <li>Cliente</li> <li>Sistema (Odoo)</li> </ul>	

# Definición & Gestión de Indicadores

Servicio al cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Proceso de venta, experiencia cliente	Número total de ventas	Evaluar la cantidad de ventas realizadas en un tiempo específico	<i>Cantidad total de ventas</i>	Ventas	Mensual
	% de retención de clientes	Evaluar el porcentaje de clientes que regresan para realizar compras adicionales	$\frac{(\text{Clientes al final del periodo} - \text{Clientes nuevos durante el periodo})}{\text{Clientes al inicio del periodo}} * 100$	%	Mensual
	% de clientes satisfechos	Obtener el porcentaje que muestra la proporción de clientes encuestados que expresaron satisfacción con la empresa	$\frac{(\text{No. de clientes satisfechos})}{\text{Total de clientes encuestados}} * 100$	%	Mensual
Proceso de cobro "Link de pago" - Is	% de conversión del enlace de pago	Medir el porcentaje de enlaces de pago enviados que se convierten en pagos completados	$\frac{(\text{No. de transacciones completadas})}{\text{Total de enlaces de pago generados}} * 100$	%	Trimestral
	Tiempo promedio de pago	Evaluar el tiempo promedio que transcurre desde que se envía el enlace de pago hasta que se realiza el pago	$\frac{(\text{Suma de tiempos de pago total})}{\text{Total de transacciones realizadas}} * 100$	%	Trimestral
Proceso de cobro "Tarjeta de débito" - To be	Número total de transacciones procesadas exitosamente	Mide el número total de transacciones procesadas utilizando tarjetas de débito en un periodo de tiempo determinado.	<i>Cantidad total de transacciones exitosas</i>	Transacciones	Mensual
	% de conversión de transacciones.	Medir el porcentaje de transacciones iniciadas con tarjeta de débito que se completan con éxito	$\frac{(\text{No. de transacciones exitosas})}{\text{Total de intentos de transacción}} * 100$	%	Mensual

# Definición & Gestión de Indicadores

Servicio al cliente



## KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Proceso de cobro "Tarjeta de débito" – To be	% de rechazo de transacciones	Mide el porcentaje de transacciones con tarjeta de débito que son rechazadas durante el proceso de autorización	$\frac{(\text{No. de transacciones rechazadas})}{\text{Total de transacciones intentadas}} * 100$	%	Mensual
Proceso de cobro "Tarjeta de crédito Mercado pago" – To be	Número total de ventas con tarjeta de débito.	Evaluar el monto total de ventas generado a través de transacciones con tarjeta de crédito durante un período específico	<i>Cantidad total de transacciones exitosas</i>	Ventas	Mensual
	% de rechazo de transacciones.	Mide el porcentaje de transacciones con tarjeta de crédito que son rechazadas durante el proceso de autorización.	$\frac{(\text{No. de transacciones rechazadas})}{\text{Total de transacciones intentadas}} * 100$	%	Mensual
Proceso de Generación de pedido	Tiempo de ciclo de pedido.	Mide el tiempo total que transcurre desde que se recibe un pedido hasta que se completa y se entrega al cliente	$\frac{(\text{No. total en el procesamiento de pedidos})}{\text{Total de pedidos procesados}} * 100$	%	Trimestral
Proceso de Asesoría de pedidos	Tiempo de respuesta al cliente	Evaluar el tiempo que los asesores tardan en responder a las consultas y solicitudes de los clientes	$\frac{(\text{Suma de tiempos de respuesta total})}{\text{Total de consultas}} * 100$	%	Trimestral
	% de retención de clientes.	Evaluar el porcentaje de clientes que continúan comprando o interactuando con la empresa después de recibir asesoramiento	$\frac{(\text{Total de clientes al final del período} - \text{Nvos. clientes adquiridos})}{\text{Clientes al inicio del período}} * 100$	%	Mensual
	Ventas generadas a través del asesoramiento.	Mide el monto total de ventas que se generan como resultado directo del asesoramiento proporcionado	$\frac{(\text{Ventas generadas con clientes asesorados})}{\text{Total de ventas realizadas}} * 100$	%	Mensual

The logo for 'rgzone' features the letters 'rg' in orange, a stylized 'z' composed of concentric circles in blue and orange, and the letters 'one' in blue.

### PROCESOS

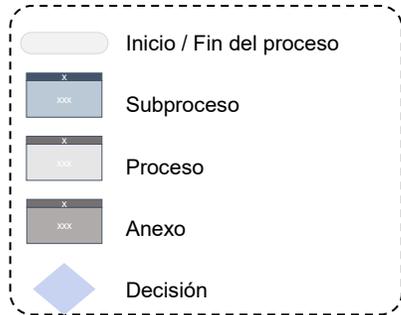
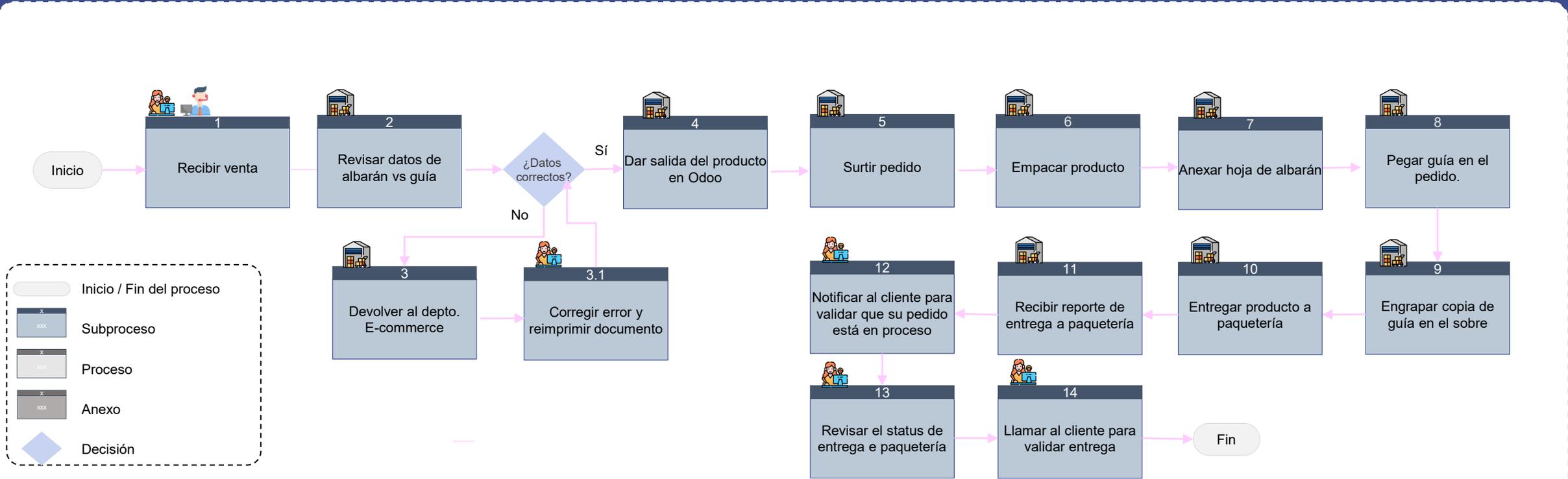
7.1 Servicio al cliente

7.2 Gestión de inventario



# Gestión de Inventario

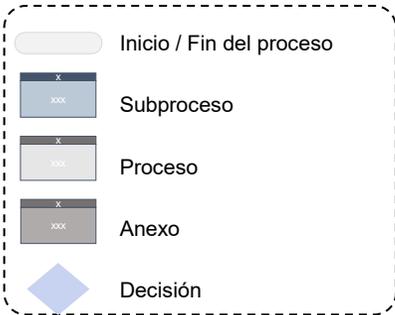
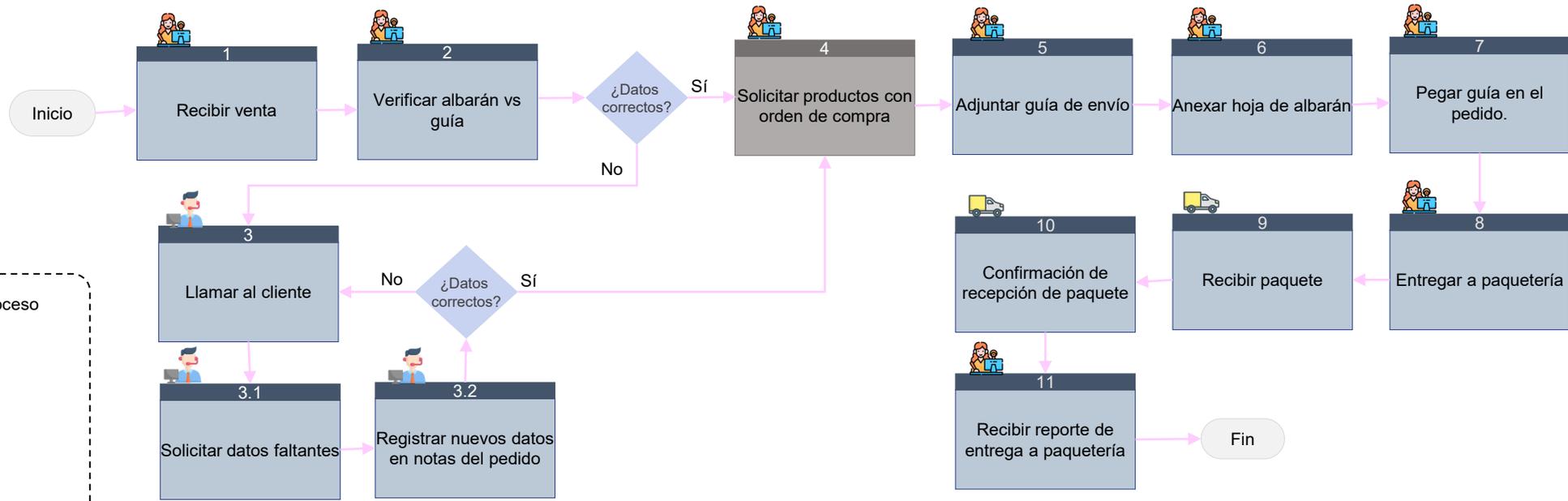
## 7.2.1 Despacho de pedidos almacén General RG México



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiempo de procesamiento del pedido.</li> <li>% de cumplimiento de pedidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente E-commerce</li> <li>Asesor de servicio</li> <li>Almacén</li> </ul>	

# Gestión de Inventario

## 7.2.2 Despacho de pedidos almacén Urea - As Is



### Información Pertinente

#### Indicadores

- % de cumplimiento de plazos de entrega.

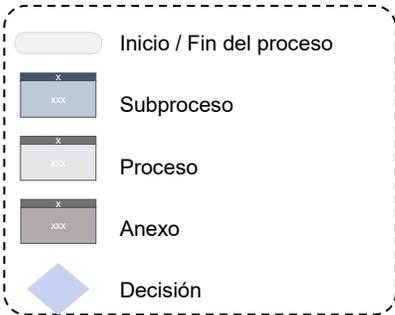
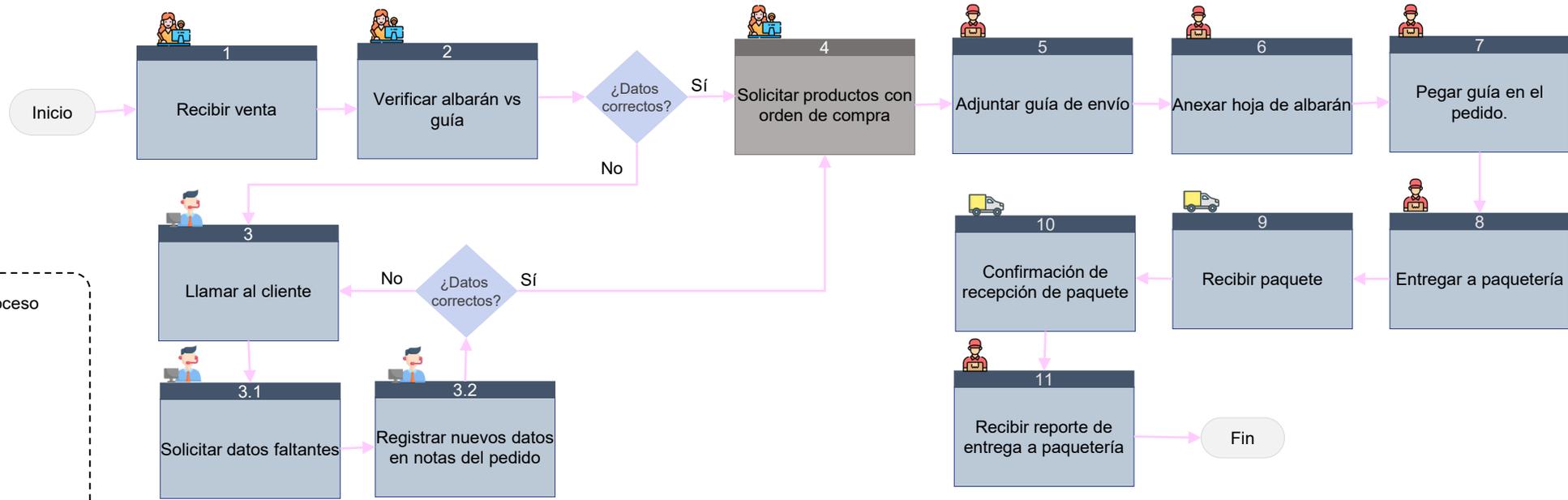
#### Responsables

- Gerente E-commerce
- Asesor de servicio
- Paquetería

#### Consideraciones

# Gestión de Inventario

## 7.2.3 Despacho de pedidos almacén Urea – To be



Información Pertinente		
Indicadores	Responsables	Consideraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>% de cumplimiento de plazos de entrega.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente E-commerce</li> <li>Asesor de servicio</li> <li>Paquetería</li> <li>Proveedor Urea</li> </ul>	

# Definición & Gestión de Indicadores

## Planeación de la Demanda Almacén



### KPI's

Proceso	Indicador	Objetivo	Fórmula	Unidad	Frecuencia
Despacho de pedidos almacén General RG México	Tiempo de procesamiento del pedido.	Mide el tiempo total que lleva procesar un pedido desde que se recibe hasta que está listo para ser despachado.	$\frac{(\text{Tiempo total dedicado al procesamiento de pedidos})}{\text{Número total de pedidos procesados}} * 100$	%	Mensual
	% de cumplimiento de pedidos	Evaluar el porcentaje de pedidos que se despachan dentro del plazo establecido o prometido al cliente	$\frac{(\text{No. de pedidos completados a tiempo})}{\text{Total de pedidos realizados}} * 100$	%	Mensual
Despacho de pedidos almacén Urrea - Is	% de cumplimiento de plazos de entrega.	Evaluar el porcentaje de pedidos entregados dentro del plazo acordado	$\frac{(\text{No. de entregas realizadas a tiempo})}{\text{Total de entregas planificadas}} * 100$	%	Mensual
Despacho de pedidos almacén Urrea - To be	% de cumplimiento de plazos de entrega.	Evaluar el porcentaje de pedidos entregados dentro del plazo acordado	$\frac{(\text{No. de entregas realizadas a tiempo})}{\text{Total de entregas planificadas}} * 100$	%	Mensual

# AGENDA



01.

Objetivo del Documento

02.

Instrucciones y Composición del Documento

03.

Procesos del Modelo Operativo

04.

Rutinas del Modelo Operativo

05.

Políticas del Modelo Operativo

# Rutina de Alineación Diaria

## Alineación del Equipo



 <b>Objetivo</b>	Sesión para que cada líder pueda alinear las actividades diarias de su equipo, donde se busca que los colaboradores tomen responsabilidad sobre sus actividades
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Saludos y bienvenida ( 👤 )</li><li>2. Cada colaborador deberá: ( 👤 )<ul style="list-style-type: none"><li>• Dar explicación verbal de las actividades realizadas<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Si se presenta algún contratiempo solicitar apoyo o sesión del colaborador correspondiente</b></li></ul></li><li>• Explicación: <b>siguientes pasos</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Detallar las actividades en las cuales estará involucrado en el día para recibir orientación del líder</li></ul></li></ul></li><li>3. Retroalimentación para los colaboradores ( 👤 )</li><li>4. <b>Despedida y recapitulación</b> ( 👤 )</li></ol>
<b>Diaria - 30 min</b>	
 <b>Responsable</b>	
Líder	
 <b>Asistentes</b>	
 Líder	
 Colaboradores	

### Consideraciones

**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después



**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Reunión Gerencial

## Alineación de líderes



 <b>Objetivo</b>	Alinear al equipo directivo, promoviendo el “accountability” en todos los niveles, la comunicación constante, la transparencia y responsabilidad entre los miembros del equipo
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Compartir minuta (sesión anterior), buenas noticias y logros de la semana <b>(5 minutos - 👤 👤 )</b></li><li>2. Revisión de KPI's y Métricas Clave <b>(5 minutos - 👤 )</b></li><li>3. Actualización de Puntos Clave:<ul style="list-style-type: none"><li>• Revisión de avance de tareas en dashboard <b>(5 minutos - 👤 )</b></li><li>• Compartir obstáculos principales que se tienen y establecer un plan de acción <b>(10 minutos - 👤 )</b></li></ul></li><li>4. Tema de la Semana <b>(20 minutos - 👤 )</b></li><li>5. Establecer el foco y plan de acción de la siguiente semana <b>(5 minutos - 👤 )</b></li><li>6. Cierre:<ul style="list-style-type: none"><li>• Agradecimientos y Reconocimientos <b>(5 minutos - 👤 )</b></li><li>• Resumen de los acuerdos y compromisos <b>(5 minutos - 👤 )</b></li></ul></li></ol>
Semanal – Viernes – 1 hora	
 <b>Responsable</b>	
Dirección General	
 <b>Asistentes</b>	
 Dirección General	
 Líderes	
 Nancy	

### Consideraciones

**Minuta:** se debe enviar 1 o 2 días antes de la reunión a manera de recordatorio y el día de la reunión solo sintetizar los puntos claves



**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# “Día de Alineación Total”

Sesiones de coaching



 <b>Objetivo</b>	Obtener asesoramiento y orientación estratégica de habilidades blandas y personales para impulsar el crecimiento, cultura y el rendimiento general de la empresa
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b>
Semanal – Lunes – 1 hora	
 <b>Responsable</b>	
 Coach de la semana	
 <b>Asistentes</b>	
 Coach de la semana	
 Líderes RG	
 Dirección General	
	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Análisis del progreso hacia los objetivos estratégicos de cada área y de la empresa en general <b>(5 minutos -  )</b></li><li>2. Exposición del Coach sobre el tema de habilidades blandas <b>(50 minutos -  )</b></li><li>3. Cierre:<ul style="list-style-type: none"><li>• Planificación de seguimiento y evaluación de las acciones acordadas <b>(5 minutos -  )</b></li></ul></li></ol>

## Consideraciones

**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después



**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Reunión Líder - Equipo

## Alineación Semanal



 <b>Objetivo</b>	Alinear al equipo, promoviendo el “accountability” en todos los niveles, la comunicación constante, la transparencia y responsabilidad entre los miembros del equipo
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Compartir minuta (sesión anterior), buenas noticias y logros de la semana <b>(10 minutos - 👤 )</b></li><li>2. Revisión de KPI's y Métricas Clave <b>(15 minutos - 👤 )</b></li><li>3. Actualización de Puntos Clave:<ul style="list-style-type: none"><li>• Revisión de avance de tareas en dashboard <b>(15 minutos - 👤 )</b></li><li>• Compartir obstáculos principales que se tienen y establecer un plan de acción <b>(15 minutos - 👤 )</b></li></ul></li><li>4. Establecer el foco y plan de acción de la siguiente semana <b>(25 minutos - 👤 )</b></li><li>5. Cierre:<ul style="list-style-type: none"><li>• Agradecimientos y Reconocimientos <b>(5 minutos - 👤 )</b></li><li>• Resumen de los acuerdos y compromisos <b>(5 minutos - 👤 )</b></li></ul></li></ol>
Semanal – 90 minutos	
 <b>Responsable</b>	
Líder de Unidad de Negocio o Departamento	
 <b>Asistentes</b>	
 Líder  Equipo del Departamento	

### Consideraciones

**Minuta:** se debe enviar 1 o 2 días antes de la reunión a manera de recordatorio y el día de la reunión solo sintetizar los puntos claves



**Tiempos:** valora el tiempo del equipo, si un tema que sale durante la reunión va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Checkpoint Directivo

## Alineación de estrategia



 <b>Objetivo</b>	Tener la estrategia de cada departamento y unidad de negocio alineada y guiada por dirección general
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Principales avances, logros e iniciativas del último periodo <b>(5 minutos - 👤)</b></li><li>2. Resultados del último periodo <b>(5 minutos - 👤)</b></li><li>3. Definición de focos de próximas 2 semanas <b>(10 minutos - 👤👤👤)</b><ol style="list-style-type: none"><li>1. Plan de Trabajo</li><li>2. Estrategias</li><li>3. Acciones clave</li></ol></li><li>4. Presentar Checkpoint Vertical y Checkpoint de Equipo <b>(10 minutos - 👤)</b></li></ol> <p>* Mandar minuta del resumen de acuerdos y compromisos por correo electrónico</p>
Quincenal – 30 min	
 <b>Responsable</b>	
Líder	
 <b>Asistentes</b>	
 Líder	
 Dirección General	
 KTW	



## Consideraciones

**Agenda:** valora el tiempo del foro, prepara el contenido de la sesión (temas, dudas y propuestas específicas)

**Estrategia:** enfócate en la estrategia de las siguientes semanas, intenta evitar temas operativos

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

**Checkpoint Vertical y Equipo:** se deberán alternar, dando status del vertical en la primera quincena y del equipo en la Segunda quincena

El checkpoint directivo sirve para alinear la estrategia de cada líder con Dirección General, enfocándose en el **estatus de lo que ha pasado y resultados de los últimos días, el plan de trabajo, estrategias y acciones clave para las siguientes Semanas** y, por último, las **evaluaciones de desempeño del equipo y líder**.

 Último Periodo	10 min	 Próximo Periodo	10 min	 Desempeño	10 min
<i>Resumir lo más importantes de las últimas 2 semanas</i>		<i>Clarificar y orientar las acciones de las siguientes 2 semanas</i>		<i>Evaluar el desempeño de nuestro equipo y platicar planes de acción</i>	
<b>1</b>	¿Cuáles han sido los 3 avances más significativos?	<b>1</b>	¿Qué objetivos críticos o prioridades tienes con tu equipo para las siguientes Semanas?	<b>1</b>	¿Hay algún colaborador que en su evaluación de desempeño esté con bajo desempeño?
<b>2</b>	¿Cuáles son los resultados generales en números del último periodo?	<b>2</b>	¿De tu plan de 90 días que estrategias estarás trabajando en las próximas Semanas?	<b>2</b>	¿Qué plan de acción emitirás con base en el checkpoint Vertical?
<b>3</b>	¿Tienes algún obstaculo que necesitas el apoyo u opinion de Dirección General?	<b>3</b>	¿Necesitas el apoyo u opinión de Dirección General de tus siguientes pasos?	<b>3</b>	Resumiendo, ¿Qué te dice tu checkpoint de equipo??

### Acuérdate



Prepara tu Minuta



Ve directo al grano



Pide la opinión de lo que tengas duda



Solicita apoyo



Anticipa Riesgos

# Resultados de Inventarios Semanales



## Alineación de Inventario

 <b>Objetivo</b>	Identificar las diferencias entre lo reportado en sistema vs existencias físicas tras realizar los Inventarios Cíclicos Semanales (por secciones, categorías o proveedores)
 <b>Frecuencia</b>	<b>Agenda</b>
Semanal – 60 min	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Revisión de resultados de Inventarios Cíclicos <b>(40 minutos –</b> )<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentación de los resultados de Inventarios Cíclicos (reporte de existencias vs sistema)</li><li>• Identificación de las principales discrepancias</li><li>• Discusión de las posibles causas de las discrepancias</li><li>• Definición de oportunidades de mejora</li></ul></li><li>2. Realizar ajustes en sistema <b>(10 minutos –</b> )</li><li>3. Establecer el foco y plan de acción de la siguiente semana <b>(5 minutos -</b> )</li><li>4. Cierre:<ul style="list-style-type: none"><li>• Resumen de los acuerdos y compromisos <b>(5 minutos -</b> )</li></ul></li></ol>
 <b>Responsable</b>	
 Gerente de almacén	
 <b>Asistentes</b>	
 Gerente de Almacén  Equipo de Almacén	

## Consideraciones

**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después



**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Reunión Estratégica de Compras y Almacén

## Reunión Estratégica de Compras e Inventario



 <b>Objetivo</b>	Alinear el proceso de compras, cuidando mantener niveles de inventario óptimos y procurando la rotación del Inventario Rezagado
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b>  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Introducción y objetivos de la sesión <b>(5 minutos -  )</b></li><li>2. Revisión de incidencia o problema detectado <b>(10 minutos -  )</b></li><li>3. Identificación de causas y análisis de impacto <b>(10 minutos -  )</b></li><li>4. Planificar estrategias para corregir y prevenir <b>(10 minutos -  )</b></li><li>5. Asignación de tareas y responsables para implementar las acciones acordadas <b>(10 minutos  )</b></li><li>6. Resumen de acuerdos y compromisos <b>(5 minutos -    )</b></li></ol>
On demand	
 <b>Responsable</b>	
 Gerente Almacén	
 <b>Asistentes</b>	
 Gerente de Almacén  Responsable de Compras  Gerente Administrativo  Equipo de Almacén	

### Consideraciones

**Minuta:** se debe enviar 1 o 2 días antes de la reunión a manera de recordatorio y el día de la reunión solo sintetizar los puntos claves



**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Exposición del área jurídica

Departamento Jurídico



 <b>Objetivo</b>	Presentar el departamento jurídico y destacar sus funciones
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Dar detalles de la operación del área y sus funciones (  )</li><li>2. Dar a conocer el departamento legal y sus funciones (  )</li><li>3. Presentar posibles alternativas de colaboración entre jurídico y el resto de departamentos/BU (  )</li><li>4. Establecer actividades de colaboración conjunta (   )</li><li>5. Establecer canales de comunicación oficiales (   )</li><li>6. Definir siguientes pasos y próxima sesión (de ser el caso) (   )</li></ol>
On demand	
 <b>Responsable</b>	
 Abogado General	
 <b>Asistentes</b>	
 Abogado Legal	
 Líderes RG	
 Colaboradores RG	

## Consideraciones

**Minuta:** se debe enviar 1 o 2 días antes de la reunión a manera de recordatorio y el día de la reunión solo sintetizar los puntos claves



**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Análisis de Cartera Vencida

*Cartera Vencida*



 <b>Objetivo</b>	Identificar y abordar de manera oportuna y efectiva los errores o deficiencias encontrados en la cartera de productos/servicios de una unidad de negocio específica, con el fin de optimizar su desempeño y alinearla adecuadamente con los objetivos estratégicos de la empresa
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b>
On demand	
 <b>Responsable</b>	
 Gerente de Administración y Finanzas	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Revisión de desviación detectada en la cartera vencida <b>(10 minutos - 🕒)</b></li><li>2. Identificar motivos de dicha desviación <b>(10 minutos - 🕒)</b></li><li>3. Plan de acción y definición de estrategias para mejorar la situación <b>(20 minutos - 👤🕒)</b></li><li>4. Asignación de responsables para el plan de acción <b>(15 minutos - 🕒👤)</b></li><li>5. Cierre:<ul style="list-style-type: none"><li>• Resumen de los acuerdos, compromisos y fecha de seguimiento <b>(5 minutos - 🕒👤)</b></li></ul></li></ol>
 <b>Asistentes</b>	
 Gerente de Administración y Finanzas  Líderes RG	

## Consideraciones

**Minuta:** se debe enviar 1 o 2 días antes de la reunión a manera de recordatorio y el día de la reunión solo sintetizar los puntos claves



**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Presupuesto de Inversión por BU

## Reunión Estratégica de Marketing



 <b>Objetivo</b>	Definir el presupuesto para cada BU con base en el crecimiento y potencial
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Compartir minuta (sesión anterior), buenas noticias y logros del trimestre <b>(5 minutos -  )</b></li><li>2. Análisis del desempeño de las iniciativas de mkt del trimestre anterior <b>(20 minutos -   )</b></li><li>3. Análisis del potencial por BU con base en iniciativas<sup>1</sup> <b>(15 minutos -   )</b></li><li>4. Asignación de presupuesto con base al desempeño y potencial <b>(5 minutos -  )</b></li><li>5. Definición de iniciativas para el próximo trimestre y asignación de responsables <b>(5 minutos -   )</b></li><li>6. Cierre:<ul style="list-style-type: none"><li>• Agradecimientos y Reconocimientos <b>(5 minutos -  )</b></li><li>• Resumen de los acuerdos y compromisos <b>(5 minutos -  )</b></li></ul></li></ol>
<b>Trimestral – 60 min</b>	
 <b>Responsable</b>	
 Gerente de Marketing	
 <b>Asistentes</b>	
 Gerente de Marketing	
 Departamento de Marketing	
 Gerentes Comerciales	

<sup>1</sup>El departamento de Marketing deberá preparar un análisis previo (corto) del potencial de mercado de cada BU

### Consideraciones

**Minuta:** se debe enviar 1 o 2 días antes de la reunión a manera de recordatorio y el día de la reunión solo sintetizar los puntos claves

 **Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Plan de Promociones y Temporadas

## Reunión Estratégica de Promociones



 <b>Objetivo</b>	Analizar efectividad de promociones por región y BU
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Compartir minuta (sesión anterior), buenas noticias y logros del trimestre <b>(5 minutos -  )</b></li><li>2. Análisis del performance de cada promoción en la BU <b>(15 minutos -   )</b></li><li>3. Análisis de oportunidades de mercado<sup>1</sup> <b>(15 minutos -   )</b></li><li>4. Creación de promociones preliminares con base en potencial(iniciativas) <b>(15 minutos -   )</b></li><li>5. Cierre:<ul style="list-style-type: none"><li>• Agradecimientos y Reconocimientos <b>(5 minutos -  )</b></li><li>• Resumen de los acuerdos y compromisos <b>(5 minutos -   )</b></li></ul></li></ol>
Trimestral – 60 min – 1 por BU	
 <b>Responsable</b>	
 Gerente de Marketing	
 <b>Asistentes</b>	
 Gerente de Marketing  Departamento de Marketing  Gerentes Comerciales	

<sup>1</sup>Los líderes de cada BU deberán preparar un análisis previo (corto) de las oportunidades de mercado identificadas

### Consideraciones

**Minuta:** se debe enviar 1 o 2 días antes de la reunión a manera de recordatorio y el día de la reunión solo sintetizar los punto claves



**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Levantamiento de Herramienta de Certificación (Auditoría)



## Reunión Estratégica de Mejora Continua

 <b>Objetivo</b>	Optimizar el desempeño y uso de procesos internos mediante el apego a los procesos
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Compartir minuta (sesión anterior), buenas noticias y logros del trimestre <b>(5 minutos -  )</b></li><li>2. Evaluar el cumplimiento de los procesos mediante la herramienta de certificación <b>(30 minutos -  )</b></li><li>3. Generar reporte de oportunidades o desviaciones en los procesos <b>(10 minutos -  )</b></li><li>4. Generar acciones de mejora/mitigación <b>(5 minutos -  )</b></li><li>5. Cierre:<ul style="list-style-type: none"><li>• Agradecimientos y Reconocimientos <b>(5 minutos -  )</b></li><li>• Resumen de los acuerdos y compromisos <b>(5 minutos -  )</b></li></ul></li></ol>
Trimestral – 60 min – 1 por BU/Dpto <sup>1</sup>	
 <b>Responsable</b>	
 Analistas de procesos	
 <b>Asistentes</b>	
 Analistas de Procesos	
 Colabores RG	
 KTW	

<sup>1</sup>La duración de la sesión puede verse afectada acorde a las necesidades de cada área/BU

## Consideraciones

**Minuta:** se debe enviar 1 o 2 días antes de la reunión a manera de recordatorio y el día de la reunión solo sintetizar los puntos claves



**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Resultados Financieros mensuales

## Objetivos Mensuales



 <b>Objetivo</b>	Análisis de los resultados financieros del mes anterior, evaluación del desempeño de los indicadores clave del área comercial e identificación de áreas de mejora y oportunidades de crecimiento
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Compartir minuta (sesión anterior), buenas noticias y logros del mes <b>(5 minutos -  )</b></li><li>2. Comparación de indicadores del mes vs el mes anterior vs objetivo <b>(15 minutos -   )</b></li><li>3. Establecer objetivos para el próximo mes <b>(10 minutos -   )</b></li><li>4. Establecer el plan de acción del siguiente mes <b>(20 minutos -  )</b></li><li>5. Cierre:<ul style="list-style-type: none"><li>• Agradecimientos y Reconocimientos <b>(5 minutos -  )</b></li><li>• Resumen de los acuerdos y compromisos <b>(5 minutos -  )</b></li></ul></li></ol>
Mensual – 60 min	
 <b>Responsable</b>	
 Gerente Comercial	
 <b>Asistentes</b>	
 Gerente Comercial	
 Dirección General	
 Gerente de Administración y Finanzas	

## Consideraciones

**Minuta:** se debe enviar 1 o 2 días antes de la reunión a manera de recordatorio y el día de la reunión solo sintetizar los puntos claves



**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Planeación comercial / estratégica Anual



## Definición de Objetivos

 <b>Objetivo</b>	Establecer la dirección estratégica y metas para el próximo año, generar estrategias, asignar recursos y revisar el presupuesto e inversiones para su implementación
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Compartir minuta (sesión anterior), buenas noticias y logros del año <b>(5 minutos - 👤)</b></li><li>2. Análisis de resultados de la unidad de negocio en el año con uso del Dashboard <b>(10 minutos - 👤 👤)</b></li><li>3. Análisis de las tendencias y panorama actual del mercado <b>(10 minutos - 👤 👤)</b></li><li>4. Presentar Objetivos <b>(10 minutos - 👤)</b></li><li>5. Presentar plan de trabajo con estrategias, responsables, recursos y tiempo <b>(5 minutos - 👤)</b></li><li>6. Ajustes al plan de trabajo y objetivos con base en presupuesto <b>(10 minutos - 👤 📊)</b></li><li>7. Cierre:<ul style="list-style-type: none"><li>• Agradecimientos y Reconocimientos <b>(5 minutos - 👤)</b></li><li>• Resumen de los acuerdos y compromisos <b>(5 minutos - 👤)</b></li></ul></li></ol>
Anual – 60 min – 1 por BU	
 <b>Responsable</b>	
 Gerentes Comerciales	
 <b>Asistentes</b>	
 Gerentes Comerciales	
 Dirección General	
 Gerente de Administración y Finanzas	

## Consideraciones

**Minuta:** se debe enviar 1 o 2 días antes de la reunión a manera de recordatorio y el día de la reunión solo sintetizar los puntos claves



**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# Presupuesto Anual y definición de objetivos



## Definición de Presupuestos

 <b>Objetivo</b>	Revisar y aprobar el presupuesto anual de la empresa con base en los objetivos financieros y estratégicos para el próximo año
 <b>Frecuencia</b>	 <b>Agenda</b>  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Compartir minuta (sesión anterior), buenas noticias y logros del trimestre <b>(5 minutos - 🗓️)</b></li><li>2. Análisis financiero del año anterior <b>(15 minutos - 📊 👤)</b></li><li>3. Establecer objetivos del próximo año con base en el año anterior <b>(15 minutos - 👤 👤)</b></li><li>4. Establecer el presupuesto anual para cada BU y Departamento <b>(15 minutos - 👤)</b></li><li>5. Cierre:<ul style="list-style-type: none"><li>• Agradecimientos y Reconocimientos <b>(5 minutos - 👤)</b></li><li>• Resumen de los acuerdos y compromisos <b>(5 minutos - 👤)</b></li></ul></li></ol>
Anual – 60 min	
 <b>Responsable</b>	
 Gerente de Administración y Finanzas	
 <b>Asistentes</b>	
 Gerente de Administración y Finanzas	
 Dirección General	
 Líderes RG	

### Consideraciones

**Minuta:** se debe enviar 1 o 2 días antes de la reunión a manera de recordatorio y el día de la reunión solo sintetizar los puntos claves



**Tiempos:** valora el tiempo de los demás líderes, si un tema que tocarás va a tardar más de 5 minutos mejor agenda una sesión con los involucrados pertinentes. La hora de inicio es la hora pactada, no unos minutos después

**Accountability:** la revisión de tareas es para temas a resolver en el foro, no para dar explicaciones de por qué su retraso o status de riesgo

# AGENDA



01.

Objetivo del Documento

02.

Instrucciones y Composición del Documento

03.

Procesos del Modelo Operativo

04.

Rutinas del Modelo Operativo

05.

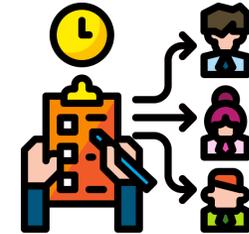
Políticas del Modelo Operativo



**Políticas  
Generales**



**Recursos  
Humanos**



**Administración y  
Finanzas**



**Almacén**



**E-commerce**



**Marketing**





### Políticas Generales

- La aplicación de las políticas es **general y obligatoria** para todos las Divisiones y Personal de la empresa
- No se atentará contra al prestigio y **buen nombre** de la **empresa**, de dicho o con acciones
- Se **mantendrá limpieza y orden** en todos los puestos y locales de la empresa
- El **trato al cliente** tendrá como fundamento la **honestidad y trato digno**
- El **trato al cliente será cortés**, en especial en **situaciones delicadas** o al resolver reclamaciones o problemas
- **No se aceptarán regalos** personales de clientes ni proveedores
- De acuerdo al contrato laboral **no se puede proporcionar información financiera**, ni sobre métodos, procedimientos o sistemas internos
- Por lo **dispuesto en el mismo contrato está prohibido**:
  - **Desarrollar actividades similares**, en forma independiente, por si o por terceros
  - Tener **intereses económicos** en empresas de la **competencia**, por si o por otros
  - **Ser cliente o proveedor**
  - Asesorar a **competidores**
- **Recibir autorización verbal** del jefe inmediato o del Director General **no exime** de seguir los trámites y llenar los formatos
- En **Todos** los casos mencionados en estas políticas es **imprescindible seguir** los procedimientos y llenar los formatos respectivos. En caso contrario se tendrá por **no efectuado** el trámite y no autorizado el permiso, préstamo, etc.
- **Si los reportes de pago no se reciben en las fechas señaladas** en el procedimiento, se **pagarán** hasta la **quincena siguiente** en que corresponda realizar esos pagos
- Los descuentos por faltas **graves de conducta o sanciones estipuladas en el reglamento** solamente proceden mediante el **levantamiento de acta administrativa**, para tener soporte legal
- Los descuentos por anomalías en cobranza, diferencias de inventario, facturas canceladas, etc., se realizan de acuerdo al procedimiento **de Manejo de Descuentos** y deben tener un documento – acta administrativa para fijar los montos y la manera de descontarlos. Este formato debe estar **firmado por el trabajador**, su **jefe inmediato** y contar con la **autorización del Director General**
- Se elabora, mensualmente un **reporte de retardos** para aplicar los descuentos respectivos, de acuerdo a la política respectiva
- La **autorización** para no descontar estos **retardos** la hará el jefe inmediato **NO PROCEDE**. Cuando hay muchos retardos el jefe inmediato debe llegar a un acuerdo con RH para aplicar un procedimiento; hablar con la persona, dar una primera oportunidad, segunda oportunidad, modificación de horario , etc
- **No puede hacerse ningún descuento** a los trabajadores que no cuente con soporte legal para realizarlo, de acuerdo a los distintos tipos de casos y/o causas
- Se prohíbe el descuento de algo que **no sea conocido** por el trabajador y su jefe inmediato



### Aplicables a cada colaborador

- El **horario laboral** para cada colaborador es de **9:00 a.m. a 7:00 p.m.**, con un periodo de descanso para comida de **2:00 p.m. a 4:00 p.m.**
- El **uniforme es obligatorio, el sábado no es libre y se asiste a trabajar adecuadamente como para atender a los clientes (no tenis, no chanclas, no pantalones cortos, no playeras con imágenes, etc)**
- **Las vacaciones** para cada colaborador **se ajustan** de acuerdo **con lo estipulado por la Ley Federal del Trabajo**

Años laborados	Días de vacaciones
1	12
2	14
3	16
4	18
5	20
6 a 10	22
11 a 15	24
16 a 20	26
21 a 25	28
26 a 30	30
31 a 35	32



### Viáticos

- La recepción de solicitudes de viáticos para todo el personal deberá de ser realizada 48 horas hábiles antes de salir
- Se tomarán los siguientes Gastos por Viáticos:
  1. Gastos en hospedaje por persona: 600 – 800 (Dependiendo la zona)
  2. Gastos en alimentos: 300 por día
  3. Casetas completas pagadas con TAG
  4. Gasolina por tarjeta empresarial
- Los Gastos fuera de la política, requieren autorización de jefe inmediato
- Al regreso del viaje se tienen 24 horas hábiles para reportarlos
- El saldo restante se queda en la tarjeta, el dinero en efectivo se debe regresar
- En cierre de mes, es de suma importancia la puntualidad en el reporte de viáticos, por lo que deberán ser reportados previo al último día del mes actual



### Alineación Total

- Todos los **líderes RG** deberán participar en las siguientes rutinas:
  - **Habilidades blandas:** Lunes 1:00 pm
  - **Alineación semanal de equipo:** Sesión recomendada los sábados para organizar al equipo
  - **Checkpoint Directivo:** Sesión cada 15 días con dirección general
  - **Checkpoint Gerencial:** Viernes 6:00 pm
- Cada líder RG deberá asegurar el **cumplimiento** de las **Políticas y Procedimientos** de su tramo de control, supervisando que se mantengan actualizados sus manuales de políticas y procedimientos.

### Todos los líderes RG deberán tener conocimiento de las siguientes reglas:

- Permisos, asuetos a su personal. Lo dan a **criterio** (Tomando en cuenta que todo permiso o asueto o día no laborado se descuenta de la nómina y el jefe inmediato lo debe comunicar inmediatamente a RH)
- Las ventas a **clientes con mal historial** deberán pasar por un proceso de **autorización previo a la entrega** de mercancía



### Niveles de Autorización

#### Política general:

- Se deberá seguir la política de "**Niveles de Autorización de Proyecto**" donde se establece que todos los proyectos, compras, adquisiciones o servicios que cumplan **con 2 de las siguientes características** deberán ser aprobados por dirección general:
  - Inversión **significativa**
  - Compromiso Recurrente: Cualquier **acuerdo superior a un año**
  - Garantías: **Compromisos** que requieran un **aval** o **fianza** por parte del negocio
  - Cambios en **Plantilla Operativa:** Modificaciones a la plantilla que generen un aumento en el gasto
  - Presupuesto: Todo **gasto extraordinario** ajeno o que **exceda el presupuesto** planeado por área
  - Todos los servicios externos con las características previas deberán presentarse con al menos 3 cotizaciones diferentes.

#### Consideraciones particulares:

#### Operaciones y Almacén

- Compras de **equipo y mercancía** ((las compras de equipos de gran costo deben realizarse con base al pronóstico y al historial de ventas)

- Accidentes y temas de seguridad industrial (Se deben tener **protocolos ante eventualidades**)

#### Finanzas

- Temas **fiscales** y de **impuestos** (Con las retenciones y declaraciones correspondientes)
- Planificación (Se debe tener **claridad en los ajustes** por **ingresos y egresos**, así como por concepto de IVA)
- **Solicitud de créditos** ante instituciones bancarias (Basada en el análisis de la opción con mejores condiciones crediticias)

#### Comercial

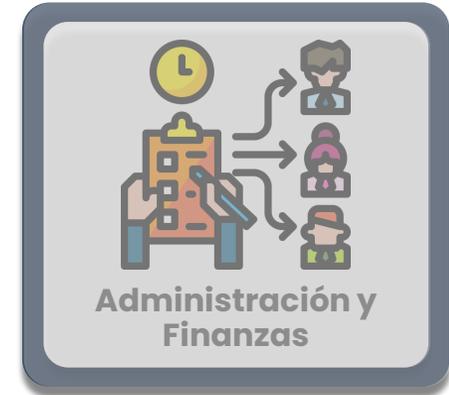
- **Descuentos** (Con énfasis en operaciones de **grandes cuentas** o **gran volumen**)

#### Posventa

- Seguimiento al cliente (Asegurando el **cumplimiento en calidad y servicio**)

#### Compras

- Compras a proveedores extranjeros (Apegados a los **procesos de importación**)
- Alta de nuevos proveedores AAA (Apegados a los **procesos de autorización**)





### Vacaciones

- Los **periodos de vacaciones** se rigen por lo señalado en la **Ley Federal del Trabajo**

Años laborados	Días de vacaciones
1	12
2	14
3	16
4	18
5	20
6 a 10	22
11 a 15	24
16 a 20	26
21 a 25	28
26 a 30	30
31 a 35	32

- Las vacaciones sólo podrán disfrutarse cuando el **formato** respectivo esté **completado y firmado** por el **colaborador**, su **líder** y **Nóminas**, siendo entregado 30 días antes de la fecha solicitada. Los **correos electrónicos no tienen valor** de soporte legal para este trámite
- Las **prestaciones** laborales **caducan al año**
- Las vacaciones **no** pueden ser **cambiadas** por otra prestación, ni en dinero ni en especie

- En todos los casos se paga, vía nomina, la **prima vacacional** que es el **25% del salario** que corresponda a los **días de vacaciones**. Se paga en la quincena más cercana a la fecha de inicio de vacaciones
- Las vacaciones se deben **disfrutar** dentro de los **seis meses siguientes** a la fecha en que se cumplan años de estar trabajando en la empresa
- El personal de staff **no** podrá **salir** de vacaciones del **12 al 31 de diciembre**, por razones de trabajo
- No sale de vacaciones MKT, TI, servicios RH y almacén los meses de Noviembre y diciembre
- El **gerente** de departamento o unidad de negocio deberá **supervisar** y **autorizar** la **programación de vacaciones** de mutuo acuerdo con el colaborador conforme a las necesidades del trabajo. En todos los casos se deja constancia de las tareas pendientes y quien o cómo se cubre el puesto durante el tiempo de ausencia del titular
- Ninguno de los **líderes** puede salir **al mismo tiempo** que el **Director General**
- Las **vacaciones** de los **Gerentes** serán **escalonadas**, nunca dos al mismo tiempo
- En las **Divisiones**, no pueden salir al mismo tiempo:

Servicios	Gerente de la División y Asistente Administrativo
Administración	Gerente Administrativo y Contador General
Automotriz	Director Comercial y Gerente de Zona
Maquinas	Gerente de Ventas y Vendedor de Piso

- En general, cuando el **Director** Comercial o **Gerente de la División** está de **vacaciones**, el personal de su División **no sale**
- Los colaboradores deberán **programar** sus vacaciones con la **autorización** y **distribución** del Director o **Gerente del área**, procurando que no salgan dos trabajadores al mismo tiempo y considerando los puntos mencionados antes
- Es importante hacer saber los **límites de autoridad** para toma de decisiones y control de la División y en relación con las otras Áreas, para no entorpecer el funcionamiento de la empresa y/o del área, cuando el Gerente sale y queda al frente alguien del equipo



### Puntualidad y Asistencia

- La **tolerancia** en los horarios, en las distintas divisiones de la empresa, es de cinco minutos para turno matutino como en el vespertino. Si el **retardo** es mayor a quince minutos se considera falta injustificada y se descuenta medio día de salario
- Todo personal de staff debe **registrar** su entrada y salida de la empresa en el control de asistencia designado por la misma
- Cuando existe una causa de fuerza mayor se debe avisar, vía telefónica, al líder, a la hora de entrada. **El líder avisará el mismo día al departamento de Nóminas RH**
- Tres **retardos** equivalen a una falta no justificable y se descuenta el monto de un salario diario
- Los **imprevistos** deben comunicarse telefónicamente el mismo día y están sujetos a la autorización **del jefe inmediato** y al historial de la persona
- Se considera como **falta injustificada** toda acción cometida por el colaborador para no presentarse a sus labores, a excepción de las incapacidades del IMSS
- Las **faltas** de asistencia **injustificada** se descuentan de inmediato y se descuenta un día adicional como sanción. Se toma en consideración lo señalado por el artículo 47 de la Ley Federal del trabajo, en caso de acumulación de faltas injustificadas
- Las **faltas** por **incapacidad** solamente se consideran justificadas con **comprobante médico**. Los colaboradores que cuentan con afiliación al IMSS deberán presentar la incapacidad del instituto. Se pagan de acuerdo con los criterios señalados en la Ley del Seguro Social. Es decir, cuando hay incapacidad lo paga el seguro la empresa no paga las faltas de incapacidad.
- Cada empresa o departamento tiene un **horario** asignado que debe respetarse
- Durante el **receso** para **comida** las oficinas permanecen cerradas para atención al público. Para el personal que por cuestiones laborales no salga de las instalaciones en este horario, deberá consumir sus alimentos en las áreas de uso común, respetando los equipos de trabajo y manteniendo el aseo del área



### Permisos

- La política general es que los **permisos** se conceden sólo por asuntos de suma importancia y considerando el **historial laboral** de quien lo solicita
- Los **permisos** deben ser solicitados con dos días de **anticipación** y se conceden si los autoriza el jefe inmediato
- Se debe exponer la **necesidad** que motiva la solicitud del permiso, en el formato autorizado, para que lo firme el jefe inmediato
- Toda inasistencia se descuenta el día no trabajado, si hubiera alguna excepción, bajo las circunstancias y razones adecuadas sólo podrán autorizar inasistencia pagada RH y Dirección general
- En casos de **nacimiento de un hijo** se concede al trabajador cinco días libres para atender esta situación. Por las circunstancias especiales de cada caso, este permiso podrá ser concedido de manera parcial y antes o después del nacimiento del hijo
- En los casos de **fallecimiento** de familiares en primer o segundo grado de parentesco se conceden dos días de permiso para atender la eventualidad, con goce de sueldo
- En los periodos vacacionales, o días sin clases por alguna festividad, el trabajador deberá presentarse a laborar en su **horario normal**
- Todo **permiso adicional** para trámites escolares se solicita, con anticipación, al jefe inmediato
- Cuando se **conceda permiso** a quien deba prestar servicios a otras áreas, el jefe inmediato deberá designar a otro miembro de su equipo para que **cumpla estas funciones**. En estos casos se debe informar a los departamentos involucrados
- Cuando se necesite **permiso** para llegar tarde o faltar por alguna emergencia y **el jefe inmediato no se encuentre**, se deberá informar al Encargado de **Recursos Humanos**. Este aviso no implica que no se deba informar al jefe inmediato, quien es el único autorizado para conceder este permiso
- **No tomar en cuenta las disposiciones anteriores** lleva a que la ausencia sea considerada falta injustificada y se le de este tratamiento, de acuerdo con estas políticas



### Conducta

- El colaborador está sujeto a las **instrucciones de trabajo** de su **líder**. La no ejecución de estas acarrea amonestaciones y/o suspensión de labores sin goce de sueldo, como castigo
- **Toda falta** deberá ser **comunicada** de inmediato a las oficinas centrales para que se tomen las **medidas necesarias** y se levanten las actas administrativas correspondientes.
- **No** se deben **dañar** intencionalmente las instalaciones de la empresa o el área de trabajo de otro colaborador, de ser así, será sancionado
- **Los líderes de departamento, Gerentes de Zona** o cualquiera que tenga personal a su cargo deberán **reportar de inmediato** cualquiera de las situaciones de **destrucción o robo de materiales** al encargado de Recursos Humanos, para proceder en consecuencia
- El líder será **responsable solidario** de las conductas de su personal si no lleva a cabo las medidas correctivas y/o **no da aviso** al encargado de Recursos Humanos.
- Los **daños a terceros** que cause alguno de los trabajadores, durante su jornada laboral o utilizando algún vehículo de la empresa, son responsabilidad de éste y de su jefe inmediato, **en caso de no dar aviso**
- Cuando se reciba el **reporte** del líder, el descuento se hará al colaborador. Si **no se recibe reporte**, la responsabilidad solidaria se reparte entre **ambos trabajadores**. Además, se le aplica sanción, dependiendo de la gravedad de la falta
- Ningún trabajador tiene permiso para utilizar el equipo de la empresa para **propósitos personales**. En caso de extrema necesidad, si son vehículos, el único que puede dar autorización es el Director General
- Se considera que se está utilizando el equipo de la empresa para **fines no laborales** cuando el equipo de cómputo o de telefonía se use para comunicaciones personales: **Hotmail, Messenger, Facebook, Twitter y llamadas telefónicas personales**
- La **sustracción de materiales** propiedad de la empresa se considera robo y ocasiona la **terminación de la relación laboral**, sin responsabilidad para la empresa, además de las posibles reclamaciones penales
- **Destruir**, de manera intencional o por negligencia culposa, material o equipo propiedad de la empresa, lleva a la **rescisión de la relación laboral** y el cobro de los daños causados
- Cuando un colaborados se **ausenta** por permiso, incapacidad o vacaciones el **equipo y herramientas** a su cargo quedan a **disposición de la empresa** para la continuación de las labores por la persona que el jefe inmediato designe
- En el caso de los **vehículos** a cargo del **personal ausente** quedan también a **disposición de la empresa** para ser utilizados por la persona que sustituya al ausente o para enviarlos a mantenimiento, limpieza o estética
- Cada empleado tiene **responsabilidad** total del **buen cumplimiento** de sus labores, por lo que los perjuicios económicos que se causen por negligencia en las funciones se cobran al trabajador responsable:
  - **Cobros incompletos** o dinero entregado de más, es responsabilidad del encargado de caja
  - **Cheques** emitidos **sin fondos**, pagos duplicados o intereses y/o multas por no pagar a tiempo, son responsabilidad del encargado de pagos de cada empresa
  - **Extravío o destrucción** de teléfonos celulares, se cobran a quien tenga la responsiva
  - **Pérdida o destrucción** de herramienta se cobran al trabajador a quien se le hayan asignado
  - **Multas, daños a terceros que no cubran los seguros**, daños a los vehículos se cobran a quien se haya asignado el vehículo
  - **Diferencias de inventarios** no aclaradas se cobran al responsable del almacén
  - **Cobros a los clientes no entregados** en la caja se cobran al asesor de ventas encargado, además de las acciones laborales y penales que estas acciones conllevan
- Los **descuentos** correspondientes, originados por los perjuicios mencionados antes, **se cobran al empleado**, dependiendo de la situación concreta de que se trate, en una sola exhibición o hasta un máximo de 20 quincenas, de acuerdo con lo que el Jefe inmediato y el Director General acuerden, considerando la política de descuentos para empleados



### Días de Descanso

- Los días de **descanso obligatorio** señalados en la **Ley Federal del Trabajo** vigente son:
  - 1 de enero
  - 5 de febrero
  - 21 de marzo
  - 1 de mayo
  - 16 de septiembre
  - 20 de noviembre
  - 25 de diciembre
  - 1 de diciembre cada seis años cuando hay **cambio de poder ejecutivo** federal.
- Se descansan los días de acuerdo con la **programación oficial** sobre días de descanso móviles
- Los días que por costumbre se consideran festivos, pero no son marcados como obligatorios se podrán llegar a otorgar como días de descanso, total o parcial, con la autorización del Director General. **La concesión de estos días no es obligatoria ni constituye precedente**



### Uso de Cocineta

- Está **autorizado** a todos los colaboradores el uso discreto de la **cocineta**
- Se debe **acudir de manera personal** y no en grupo y ser breve en el tiempo en que se toman los alimentos
- El servicio de **café** está disponible todos los días. Debe evitarse dejar la cafetera vacía y conectada
- **No deben dejarse** vasos o tazas sucios en los **lugares de trabajo**. Al terminar de utilizarlos deben lavarse y dejarse en la tarja de la cocineta
- Se debe **respetar los alimentos** y utensilios de los compañeros que se guardan en el refrigerador
- No se permite el ingreso de **bebidas alcohólicas** o cualquier producto que ponga en riesgo la vida, los bienes de los usuarios o las instalaciones



### Uso de Teléfonos Fijos y Celulares

- El servicio telefónico es para **uso exclusivo** de actividades de la empresa.
- Los teléfonos celulares son para **comunicarse** entre empleados y con clientes. Se activa con la tarifa más económica. Sólo los gerentes pueden solicitar la contratación de una tarifa más cara. El equipo es de la empresa y deberá ser devuelto. El empleado paga una cuota módica, según el plan que se le otorgue.
- Está **prohibido** utilizar el **celular propio** en **horas de trabajo**, este tendrá que ser entregado a su superior o en recepción a la hora de entrada el cual se le entregará a la hora de concluir sus labores y si alguien llamara se tomará recado para entregárselo al usuario
- Los **equipos telefónicos** que se encuentran en los departamentos de la Oficina Matriz, **nadie los puede sacar** sin previa autorización. No se descuenta a nadie por los consumos de estos equipos siempre y cuando sean en beneficio de la empresa.
- Es necesario **solicitar** a los clientes y proveedores **información** sobre los medios de **comunicación alternos** (WhatsApp, correo electrónico) e informarlos a recepción para actualizar el directorio.
- Las **llamadas particulares** están prohibidas, salvo necesidad urgente.
- En caso de **extravío** se repondrá con un equipo de las mismas características o similares y el costo se descontará en quincenas a quien lo haya extraviado.
- Si el responsable del área autoriza un equipo celular para uso de un colaborador, se le asigna **y firma una responsiva** y paga una cuota mínima por el uso.



### Descuentos por Venta Empleados

- El personal que requiera algún producto o equipo para su uso personal deberá solicitarlo con su jefe inmediato
- El jefe inmediato puede **autorizar** la compra hasta por \$ 1,000.00 mensual
- Más de \$ 1,000 pesos deberán llevar la **firma del jefe inmediato** y la del Gerente Administrativo
- El **precio de empleado** es para su **uso personal** y de sus familiares directos, de un servicio propio a su sala, su auto, compra de producto químico o máquinas para uso directo del empleado
- **NO APLICA PARA AMIGOS**
- **NO APLICA PARA REVENDERLO**
- **NO APLICA PARA HACER NEGOCIO PERSONAL**
- Se **concede** a los empleados una vez hayan cumplido seis meses de antigüedad
- La **prestación** del servicio con **descuento** al empleado está sujeto a la disponibilidad de tiempo del departamento respectivo, dando preferencia a los servicios que soliciten los clientes
- El **descuento** en el **Área de Servicios** es de **40 %** sobre precio de lista. Si se solicita el pago mediante descuento en nómina, se hará máximo en dos quincenas
- En **producto químico** el **descuento** es de **20%**. En caso de solicitar descuento en nómina, será máximo en dos quincenas
- El **descuento** en **máquinas y accesorios** es de **15%**, dependiendo del monto de la compra, en caso de descuento en nómina se hará en máximo cinco quincenas
- **Violar** lo estipulado en el quinto inciso (NO APLICA PARA AMIGOS) se considera abuso por parte del empleado. Se re factura precio normal y se **amonesta la primera vez** que esto ocurra
- **Reincidir** en esta conducta lleva a rescindir el contrato de trabajo
- **Violar** lo señalado en los casos no aplicables (NO REVENDERLO Y NO HACER NEGOCIO PERSONAL) se consideran competencia desleal y abuso de confianza, por lo que se **rescinde** el contrato de trabajo
- En este tipo de ventas con descuentos a empleados **no se paga comisión** a los vendedores



### Contratación

- Para toda **contratación** se sigue el Procedimiento de Contratación de personal
- Ningún candidato se contrata si no presenta todos los **documentos solicitados**:
  - Curriculum vitae o Solicitud de empleo
  - Acta de Nacimiento
  - Credencial de Elector
  - Constancia de estudios
  - CURP
  - Cartilla Servicio Militar
  - Copia Inscripción al IMSS
  - Registro Federal de Contribuyentes
  - Comprobante de domicilio actual
  - Cartas de recomendación
  - Licencia de manejo (obligatoria para Asesores de Venta)
  - Certificado de Salud
- Los documentos marcados deberán **entregarse** antes de iniciar el curso de inducción
- Debe **firmarse** siempre el **Contrato Individual de Trabajo** y el **Anexo de Condiciones Laborales**; así como cualquier otro documento que la empresa considere necesario. Si no se firman los documentos que se presenten al trabajador, no puede ser contratado ni iniciar labores. Por la misma razón no puede ser incluido en la Nómina ni recibir pago alguno en tanto no finaliza el procedimiento de contratación
- Sólo hasta tener los **documentos firmados** se turnan para firma del representante legal, se tramita el alta en las dependencias oficiales y se incorpora a Nómina
- Todo **trabajador** de **nuevo ingreso** recibe el curso de inducción que debe iniciar con Filosofía de la Empresa, Misión, Visión y Valores
- Al **inicio** de sus **labores** se deben entregar las herramientas de trabajo necesarias para cada puesto y señaladas en el procedimiento de contratación
- Al tercer mes de estar laborando se hace una **evaluación** del **desempeño** del trabajador, con el formato **establecido para ello**
- Está **prohibida** la **contratación** fuera de este procedimiento
- En caso de darse una **subcontratación** fuera de estas políticas, la persona que subcontrate cubrirá sueldo y prestaciones de la persona subcontratada
- En el momento de **conocerse** este hecho, la persona subcontratada **suspenderá las actividades** que, sin autorización de la empresa, está realizando
- Si este hecho se conoce como resultado de una revisión de la secretaría del trabajo, el subcontratado responderá por vía laboral y penal por el hecho realizado
- El subcontratado responderá por las **consecuencias** que la empresa deba hacer frente como consecuencia de este hecho000



### Capacitaciones

- Todo colaborador de nuevo ingreso recibe el **Curso de Inducción**
- Todo el colaborador de la empresa debe conocer la **Misión, Visión y Valores** de la empresa
- El **Curso de Inducción** tiene como punto de partida la enseñanza de la Misión, Visión y Valores de la empresa
- El **Curso de Inducción** debe presentar la organización general de las empresas, la historia y la filosofía del Grupo
- El **costo** de los mismos **corre a cargo de la empresa**, si el trabajador asiste al curso puntualmente y sin ausencias injustificadas. El colaborador deberá cubrir el costo de la capacitación si deja de laborar dentro del Grupo en un periodo de **dos meses posteriores a recibir la capacitación**
- Quien asiste a un **curso de capacitación** sobre habilidades o técnicas de trabajo debe aplicar lo aprendido en su trabajo diario
- El **personal capacitado** comparte sus conocimientos y experiencias con el resto de los miembros de su departamento y/o el resto de los empleados
- Quien recibe **capacitación pagada** por la empresa se compromete a permanecer en la misma, aplicando lo aprendido, por lo menos **un año**
- Al personal que recibe capacitación y renuncia se le **cobra** el **costo** del curso recibido, de manera proporcional al tiempo que deje de ponerlo en práctica
- Se debe contar con **Manuales de Capacitación** para las distintas empresas y/o puestos
- La parte técnica de los **Manuales de Capacitación** es elaborada y actualizada por los gerentes de departamento
- Recursos Humanos mantiene un **ejemplar** de cada uno de esos  **cursos de inducción**
- Recursos Humanos mantiene un **ejemplar** de los  **cursos técnicos** que se imparten en la empresa
- La **capacitación específica** en el puesto tendrá como base el Procedimiento, Políticas y Formatos autorizados para el mismo. La falta de este requisito hace que el personal no se considere capacitado de manera total y se deberá corregir esta falta **de manera inmediata**



### Reglas (Restricciones) Sobre Capacitaciones

- No existe justificación para no acudir a los cursos de **capacitación programados**
- El colaborador **no podrá** hacerse **acompañar** de **personas ajenas** a la empresa cuando acude a cursos de capacitación
- En los cursos de capacitación que se reciban fuera de la ciudad **no se podrá** utilizar el tiempo en distracciones o en actividades que **mermen** la **capacidad de concentración** para el curso
- Infringir estas disposiciones se penaliza con el **cobro** de los **gastos** generados por este curso
- El colaborador debe tener **actitud perceptiva** y conducta acorde a las sesiones de estudio y/o trabajo que proponga el instructor del curso
- El colaborador deberá presentar un **informe** sobre el **curso recibido**
- Todo curso de capacitación debe ser **evaluado** por los participantes
- La persona que tomo el curso tiene a obligación de **impartirlo** antes de los 8 días siguientes a su culminación, de no ser así, se le cobrará el costo del curso



### Nóminas

- Sólo el Director General **autoriza** las **percepciones** asignadas a cada puesto y persona
- Sólo el Director General **autoriza** las **modificaciones de percepciones** salariales, bonos y comisiones
- El Director General debe **firmar** los documentos en que se modifiquen las **condiciones laborales**: Salarios, bonos, comisiones, lugar de trabajo, materia de trabajo
- Para las **modificaciones de condiciones laborales** se deberá tener documento firmado por el trabajador, su jefe inmediato y autorizado por el Director General
- Los jefes de Área deberán **entregar**, en las **fechas** indicadas en el procedimiento de Nóminas los reportes para pago de comisiones, bonos, gratificaciones, etc
- Estos pagos solamente se realizan si están estipulados en las **condiciones de pago** del trabajador
- Los bonos o premios especiales solamente se pagan si llevan la **firma de autorización** del Director General



### Entrega de Puesto

- El Director General autoriza la **remoción del personal** por renuncia, despido o cambio de puesto
- El jefe inmediato da aviso a Recursos Humanos y a la Gerencia Administrativa sobre los **movimientos del personal autorizados** por el Director General
- El Gerente Administrativo **designa al personal** que supervisa la entrega – recepción del puesto, en cualquiera de sus modalidades
- El personal administrativo designado deberá efectuar, de manera exhaustiva, la **revisión física de activos y documentos** que deban ser entregados por el personal removido de su puesto
- Para tal fin debe **trasladarse** a todos los lugares donde se encuentren dichos activos y documentos
- Se deja **constancia escrita** de esta revisión, anotando **todos los pormenores** que surjan, así como las **diferencias en el inventario** físico que se esté recibiendo
- El **trabajador que entrega** hace las **acleraciones pertinentes**, que también deben ser anotadas en el escrito de recepción
- Si llega a haber **mercancía faltante** que no pueda ser localizada o explicada documentalmente su falta, el trabajador **garantiza el pago inmediato**
- También responde por los **documentos** que no tenga en el momento de la entrega, estableciendo el compromiso de localizarlos y entregarlos en fecha fija e inamovible que se anota en el escrito de entrega
- En los casos de **renuncia o despido** las diferencias podrán ser **descontadas del finiquito** que se debiera entregar al trabajador
- De acuerdo a las políticas de Recursos Humanos, el jefe inmediato es **solidario responsable** si no se sigue este procedimiento
- El **despido, renuncia o cambio del trabajador** no se realiza sino hasta **terminado este procedimiento**, levantada el acta respectiva y firmados los documentos de acuerdos por la entrega y/o los descuentos
- En los casos de **renuncia y/o despido** en que se encuentren diferencias a cargo del trabajador que deja la empresa, se firman los documentos y **se presentan a la Junta Local de Conciliación**, para ratificación de ellos
- En **casos extremos** como en el robo detectado in fraganti, o cualquier otro caso de fraude o abuso, se procede de acuerdo a lo estipulado en la **legislación penal y laboral vigente**



### Vestimenta

- Recursos Humanos es el responsable de **entregar los uniformes** a los colaboradores en un periodo **no más de 2 meses** de su integración a la empresa
- El colaborador deberá **portar correctamente el uniforme**, proyectando una imagen de formalidad y profesionalismo, evitando afectar la imagen del Grupo
- **No se permiten** el uso de **lentes oscuros y gorra** en horas de trabajo, con excepción de aquellos que tengan certificación médica para su uso y se presente a Recursos Humanos
- El **calzado** debe ser el adecuado de acuerdo a las actividades del colaborador, queda **prohibido el uso de sandalias** u otro calzado que ponga en riesgo la seguridad del personal. Todo colaborador debe portar su tarjeta de identificación del lado donde se muestra el nombre y la foto del trabajador. Esta debe ser utilizada en toda la jornada laboral
- La tarjeta de identificación **no debe ser modificada**. Si sufre algún daño o es extraviada, se debe informar a Recursos Humanos
- Los sábados si asisten con playeras no deben tener logotipos o imágenes que **no representen a la empresa**



### Ética

- **Se establece una conducta ética y profesional** para todos los colaboradores, incluyendo la no discriminación, el acoso, la corrupción
- **Todo lenguaje** obsceno o vulgar o **que incite a la violencia será sancionado**
- Todo colaborador debe asumir la **responsabilidad de sus acciones y decisiones**, reconociendo los impactos que puedan tener en nuestros colegas, clientes, comunidades y el medio ambiente
- El colaborador debe contribuir en la **protección de la seguridad y confidencialidad de los datos** de identificación personal y de la empresa
- Los colaboradores deben **proteger los activos de la empresa** los cuales no deben ser utilizados para obtener beneficios personales
- Será responsabilidad de **Recursos Humanos** asegurarse que los nuevos colaboradores **conozcan estas políticas** para que no incurran en alguna falta por desconocimiento
- **Aquel colaborador que no cumpla con estas políticas podrá ser sujeto de acciones disciplinarias**



### Prevención de Riesgos Psicosociales

- Para favorecer un entorno organizacional favorable, en el centro de trabajo se:
  - Realizan **reuniones con los trabajadores** para que todos tengan la oportunidad de exponer sus dudas, inquietudes, quejas relacionadas con su trabajo
  - Mantienen **limpias las áreas de trabajo**, así como las áreas comunes, comedor, baños, sanitarios, accesos
  - Trata con **amabilidad y cortesía** a los compañeros de trabajo, jefes, subalternos, visitantes, proveedores, clientes, etc.
  - Atienden todos los casos relacionados con **burlas, malos tratos, discriminación**, etc. y en su caso, se **sancionan** estos
  - Realizan **exámenes médicos** al personal de nuevo ingreso para procurar y mantener la salud
  - Llevan a cabo **exámenes psicológicos y psicométricos** para situar a cada trabajador en el puesto para el cual cuenta con capacidades y preparación acordes
  - Realizan **planes de promoción** interna.
  - Capacita a todo el personal para el **desempeño de sus funciones**, su **seguridad y desarrollo**
- En RG México, para promover el **sentido de pertenencia** de los trabajadores a la organización, se hace hincapié en que todos los trabajadores y empleados son importantes para la Empresa, ya que la misma no puede funcionar si no se cuenta con personal desde el de la limpieza, pasando por el operativo, administrativo y hasta el directivo.
- En RG México para lograr la adecuada realización de las tareas encomendadas, se imparte a sus trabajadores y empleados la adecuada **capacitación establecida** en la **Ley Federal del Trabajo**, acorde a las actividades que desempeñan.
- En RG México para lograr la definición precisa de responsabilidades para los trabajadores se difunde y promueve el **seguimiento a los manuales de organización** y las descripciones de puesto que indican las responsabilidades específicas de cada puesto.
- Para promover un trabajo digno y lograr un entorno organizacional favorable, en RG México se realiza una **distribución adecuada de cargas de trabajo**, con jornadas de trabajo conforme a la Ley Federal de Trabajo, para tal efecto, define en los Manuales de organización y en las descripciones de puesto que se emiten, así como en el reglamento interno de Trabajo, en función de la naturaleza específica de la labor que se trate.
- Para reconocer el desempeño de los trabajadores en el Centro de trabajo, **se evalúa por lo menos una vez al año** el desempeño de cada uno de sus trabajadores y empleados, lo cual se lleva a cabo por un Comité de Control, seguimiento y calidad, los resultados de la misma sirven de base para determinar el reconocimiento o beneficios a los trabajadores sobresalientes
- RG México se compromete a vigilar el **cumplimiento de las normas** dirigidas a **prevenir** cualquier conducta o comportamiento que implique violencia laboral, a salvaguardar la información que sea recolectada, dar trámite e intervenir, de forma oportuna, en las quejas que se reciban por los medios establecidos.



### Home Office

- **La comunicación oficial** entre personal directivo, jefes de sección y empleados **será por medio del correo electrónico corporativo** que cada persona tiene asignado. Por lo que todos los personales se encuentran obligados a revisarlo en forma diaria y constante
- Este beneficio **no es aplicable para asesores comerciales** e implica que los colaboradores de staff que apliquen a este programa puedan laborar máximo un día a la semana fuera de las instalaciones
- El colaborador debe tener mínimo **tres meses laborando en el Grupo** y debe solicitar dicho beneficio a su líder, el cuál aprobará siempre y cuando no afecte el cumplimiento de sus responsabilidades
- Este **programa es optativo**, el colaborador sólo puede realizar el **Home Office** una vez que ha coordinado el día de con su líder, no genera reposición, acumulación ni compensación
- **En caso de requerir** algún **permiso**, aún y cuando el trabajo sea home office, **deberá ser documentado**
- El incumplimiento de **las medidas de seguridad** o el mal uso del equipo **será documentado y sancionado**



### Diversidad

- **Cualquier tipo** de acoso, intimidación, burlas, amenazas, señalamientos u otras actitudes **de violencia física o psicológica** que atenten contra la dignidad de otra persona **serán sancionadas**
- Todos los colaboradores deben respetar **las diferencias individuales** como **género, cultura, religión y origen étnico**, entre otras, de todas las personas **dentro y fuera de la Empresa**
- Recursos humanos debe proporcionar **igualdad de oportunidades de empleo** a todas las personas calificadas sin ningún tipo de discriminación. Siempre y cuando los intereses personales no afecten el desempeño y ambiente laboral de los colaboradores
- **No se permite** en el lugar de trabajo **la exhibición** por cualquier medio **de contenido que promueva el odio**, la discriminación o la promoción de estereotipos





### Misceláneas

- La solicitud de papelería se recibe los **días 10 de cada mes** y debe surtir a más tardar los días **16 de cada mes**, el responsable es Paulina (**asistente de finanzas**)
- Rentas por rango. Según el rango en el que se ubique el plan de alquiler de telefonía, la empresa de telefonía móvil (Iusacell) pondrá a disposición diversos dispositivos.
- Toda compra menor a lo establecido en su caja chica **puede ser realizada solo con su gerencia**, siguiendo el procedimiento 7.1.1 Gestión de Compras

Para la compra de **equipos de uso interno** como celulares, cómputo, vehículos, etc. Se deberá tener la **autorización de:**

- **Celulares:** Gerente (jefe directo) y el responsable es Paulina
- **Equipo Cómputo:** jefe directo, Gerente de TI y Responsable de Compras
- **Vehículos:** Dirección general, Gerente de Operaciones, Gerente de Admon. y finanzas



### Producto de Línea

- Previo a realizar una compra se deberá revisar la **existencia de producto en Odoo** (Almacén recibe la primera solicitud, en caso de no tener se pasa a compras)
- Siempre que se realice una venta se debe garantizar la **existencia de los productos en Odoo** o realizar el proceso de compras
- Siempre que se planeé realizar una compra se debe **garantizar que el producto no sea de baja rotación** y en caso de sí serlo contar ya con el compromiso de venta
- El inventario categorizado como "Bajo Pedido" deberá tener evidencia del **compromiso de compra** por el cliente y una **firma de compromiso** de venta por parte del vendedor que lo solicita
- Para inventario con fecha de caducidad y/o obsolescencia se pueden hacer compras si y solo sí:
  - El inventario se encuentra **debajo del punto de reorden**
- Si se tiene **evidencia del compromiso de compra** por el cliente y una firma de compromiso de venta por parte del vendedor que lo solicita
- Se deberá revisar la **herramienta de gestión de inventario** para ver dichas políticas a nivel SKU y en caso de solicitar más de lo establecido, **buscar el compromiso de compra** por el cliente y una firma de compromiso de venta por parte del vendedor que lo solicita
- Es obligación del gerente de unidad de negocio y responsable de compras **informar cuando existe una actualización** en el listado de **precios**
- Si existen cambios en productos específicos el responsable de compras **realizar los cambios** necesarios en sistemas
- Si existen incrementos/decrementos al listado completo se debe pedir a sistemas un **alta/actualización masiva**



### Importaciones

Al realizar una importación el precio debe cumplir como mínimo la siguiente fórmula:

- Costo / (1 - Margen Esperado)  
\*\*El margen esperado no debe estar debajo de 0.3-0.4



### Producto Nuevo

- Al realizar una compra de un producto nuevo o sustituto, se debe buscar con al menos **3 proveedores**. Escogiendo la cotización que represente **mayores beneficios** para la compañía
- Se debe dar de alta siempre a los nuevos proveedores cumpliendo con el siguiente checklist a solicitar:
  - Constancia situación fiscal: **RFC**
  - Cuenta Bancaria: **Clabe**
  - Opinión positiva



### Viáticos

- La **recepción de solicitudes de viáticos** para todo el personal deberá de ser realizada **48 horas hábiles antes** de salir
- Se tomarán los siguientes **Gastos por Viáticos**:
  1. Gastos en hospedaje por persona: **600 – 800 (Dependiendo la zona)**
  2. Gastos en alimentos: **300 por día**
  3. **Casetas completas pagadas con TAG**
  4. **Gasolina por tarjeta empresarial**
- Los Gastos fuera de la política, requieren **autorización de jefe inmediato**
- Al **regreso del viaje** se tienen **24 horas hábiles para reportarlos**
- **El saldo restante se queda** en la **tarjeta**, el **dinero en efectivo se debe regresar**
- En **cierre de mes**, es de suma importancia la **puntualidad** en el **reporte de viáticos**, por lo que deberán ser **reportados previo al último día del mes actual**



### Uso de Sistema y Resultados Financieros

- La **provisión de acreedores** se hace el **1ero de cada mes**, provisionando el día 2 y 3 del mes. Últimos días de cada mes (revisar proceso de Modelo Operativo)
- La **nómina** se deberá pagar los días **15 y 30**
- La elaboración de **reportes financieros** debe realizarse **antes del 7** de cada mes.
- En caso de **Velyen** se deben incluir los **anticipos recibidos y cancelados** para su cierre mensual, debido a su modelo de negocio
- Todos los **registros y documentación financiera** deben ser correctamente ingresados y actualizados en el sistema designado, Odo. Se debe lograr tener un sistema con **actualización a día vencido**, es decir todo se registra máximo un día después de haber hecho el movimiento.



### Políticas Generales

- Enviar los **resultados financieros** a más tardar el día **5 de cada mes**
- **Registrar gastos** a día vencido y no esperar a final de mes, es decir llevar una **contabilidad actualizada** tanto para gastos como para venta
- Es obligación del gerente de unidad de negocio y responsable de compras informar cuando existe una **actualización** en el **listado de precios**.
- Si existen **cambios en productos** específicos el responsable de compras debe realizar los **cambios necesarios** en sistemas.
- Si existen incrementos/decrementos al **listado completo** se debe pedir a sistemas un **alta/actualización masiva**.





### Políticas Generales y de Seguridad en Almacén

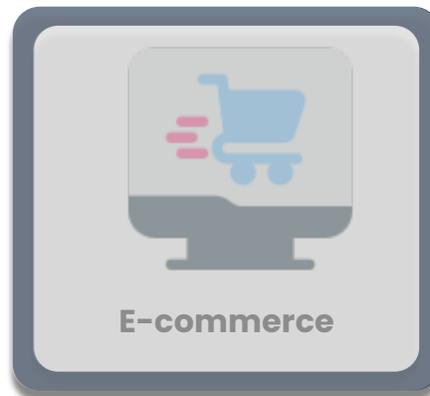
- Cada vez que se tome un producto u objeto, si se devuelve, debe **colocarse en su lugar original**. Se debe **mantener el orden** en todo momento.
- **Respetar las áreas designadas** para reunir pedidos. Se debe colocar **señalética** que indique para qué zona se está designando ese material.
- Utilizar el Equipo de **Protección Personal (EPP)** según la actividad y el manejo de mercancías.
- El **producto** que se encuentre **fuera del almacén** siempre debe estar **ordenado y contado**. Antes de las 19:00 hrs, todo debe estar debidamente resguardado.
- Antes de retirarse, se debe **vaciar la basura de los botes**, siendo responsabilidad de la persona asignada a ese bote.
- Antes de retirarse, se debe **limpiar el área de trabajo**, pasillos y acomodar lo que esté fuera de su lugar o presente un riesgo.
- Antes de que un producto salga del almacén, se debe **realizar una revisión** por parte del encargado o supervisor de envío.
- Cada vez que se realiza un envío, se debe **registrar en Odoo y enviar el traspaso** correspondiente por correo electrónico al destinatario del envío. Este correo debe ir acompañado con el código de rastreo y fotografías de los paquetes.
- Se debe **etiquetar oportunamente** las mercancías y ubicarlas en su lugar correspondiente.
- **No** se permite la **introducción de mochilas** a las instalaciones del almacén.
- Está **prohibido fumar** dentro o fuera del almacén o **manipular artefactos** que puedan generar un **incendio**.
- Gestión de Inventario: Para una gestión efectiva del inventario, se debe hacer **uso de la herramienta designada** para la gestión de inventarios. Además, las variables clave de esta herramienta, como el punto de reorden y los lotes de pedido, deben ser **calculadas cada 3 meses** por el gerente de almacén.
- Conteo de Inventario Mensual: Se realiza un **conteo de inventario mensual** por proveedor.
- Inventarios Cíclicos: Se realizan inventarios **cíclicos semanalmente**.
- Método de Gestión de Inventario: El inventario se debe gestionar con el método **FIFO (First In, First Out)**. En caso de **caducidades**, se utiliza el método **FEFO (First Expired, First Out)**.
- Revisión de Existencias: Previo a realizar una compra, se deberá **revisar la existencia de producto en Odoo**.
- Solicitud de Compras: Almacén recibe la primera solicitud, **en caso de no tener** se pasa a compras.
- Inventario de Almacenes Remotos: El inventario de almacenes remotos se debe comunicar a la administración **los días 5 de cada mes**.
- Motto 100 siempre tener inventario de **1.5 veces la demanda mensual**
- Se debe:
  - Hacer conteo de **inventario semanal** por categoría / proveedor
  - Hacer **inventario anual** en diciembre
  - Hacer **auditorías cada 2 meses**
  - Hacer **resguardo y conteo** de la mercancía en **almacenes generales**.





### Políticas Generales E-Commerce

- Todo colaborador del área deberá mantener un **estricto apego a las leyes vigentes** en nuestro país para la regulación del comercio electrónico. (Ley PROFECO, Ley Federal de Protección de Datos Personales, Norma Mexicana de comercio electrónico). **cualquier modificación** a cualquiera de estas leyes **deberá validarse en el DOF**, como fuente oficial, antes de ser aplicada
- **Toda Publicación** deberá contener la **imagen oficial de RG Zone**, así como responder a los requisitos de información **establecidos por la Profeco** (Nombre, descripción y características del producto, precio neto, disponibilidad así como restricciones y medidas en caso de haberlas)
- La **información publicada** de los productos a comercializar deberá solicitarse o tomarse de **los medios oficiales** de cada marca, respetando los **derechos de autoría** tanto en imágenes como en características o fichas técnicas de los productos, propiedad de cada fabricante
- **Apegados a la Ley Federal de Protección de Datos Personales**, se deberá mantener el debido respeto y **correcto uso de los datos personales** de cada cliente, proveedor o compañero de trabajo, **evitando la divulgación**, el **uso no autorizado o indebido** de los mismos
- Se debe mantener en todo momento un **estricto cuidado** con el manejo de los **usuarios y contraseñas** designados para el ejercicio de sus labores diarias, respetando los permisos concedidos por el departamento de TI
- El uso del sistema u otras plataformas deberá hacerse apegado a las **tareas asignadas y procedimientos indicados**, evitando acciones de ocio que puedan perjudicar a otros compañeros o áreas o bien generar la pérdida parcial o total de información valiosa
- Toda incidencia identificada en la red, por correo electrónico, RRSS o WhatsApp, debe **ser reportada a la inmediatez** con el jefe inmediato y a su vez con el departamento de TI, (casos de clonación, fraude, usurpación de identidad, phishing, entre otros) para evitar riesgos, y activar los **protocolos correspondientes**
- Todo colaborador deberá desempeñarse en formas permanente con **responsabilidad, y respeto** hacia sus compañeros, proveedores y clientes, favoreciendo con sus acciones al fomento y ejercicio de los valores institucionales, y contribuyendo con su pasión a la calidad en el servicio
- Toda información relevante deberá ser canalizada por medios formales como **el sistema odoo o correo electrónico** al área que corresponda y se deberá dar seguimiento, para validar que la solicitud ha sido atendida
- Todo acto desleal, ilícito o con fines de dolo, al ser identificado será reportado con las **autoridades máximas de la empresa**, y se pondrá a disposición para la aplicación de las sanciones internas, o externas, legales y laborales que correspondan según sea el caso
- Se deberá poner el máximo esmero en cada tarea, **evitando los reprocesos o errores** que puedan generar algún descuento económico, o en caso de gravedad la **recesión de contrato**





### Políticas Generales Marketing

- Se tomará como **material oficial de publicidad** al proporcionado única y exclusivamente por el **departamento de Marketing**.
- El departamento de Marketing deberá brindar los diseños de formatos de **presentaciones, comunicados, hojas membretadas**, y todo material que sirva como **apoyo visual y de comunicación interna y/o externa**. En caso de que la unidad de negocio y/o colaborador no cuente con este material o requiera de solicitar un nuevo tipo de formato, y/o plasmar alguna idea, favor de mandar un correo a **marketing@rgmexico.com.mx**, o bien, acercarse a alguno de los colaboradores del área para poder programar y trabajar la solicitud.
- **Todo material interno o externo**, sea este de la naturaleza que sea, que incluya la imagen de Grupo RG o cualquiera de las unidades de negocio del corporativo, deberá pasar previamente por la **revisión y/o modificación del departamento de Marketing antes de su uso público**.
- El colaborador podrá hacer uso de las plantillas o formatos proporcionados por el área de Marketing y modificar el contenido según su conveniencia, sin embargo, **no podrá realizar por su cuenta cambios de color, tipografía, uso de elementos gráficos** ajenos a los establecidos por el departamento de Marketing.
- Solo el departamento de Marketing tiene la obligación de diseñar a través del personal autorizado, por lo que **ningún colaborador podrá diseñar cualquier tipo de material visual** para uso interno y/o externo de la marca.
- Ningún colaborador podrá crear cuentas personales o por iniciativa propia que incluyan el **nombre, razón social, logo, y/o imagen**, en redes sociales o para uso público. Toda página que sea descubierta deberá ser **reportada al área de Marketing** para proceder con la investigación correspondiente.
- **Toda página de redes sociales** creada por el personal y **previamente establecida** a la publicación de estas políticas, **deberán ser entregadas a Marketing** para su control, proporcionando el acceso y cambio de administración.

**GRUPO**  
**REG**