



Manual operativo

0. Prólogo

Fempsa (en adelante Fempsa) advierte que el contenido de este manual es estrictamente confidencial y de su exclusiva propiedad, quedando restringido su uso y lectura al personal sus franquicias. De la difusión indebida de toda o parte de las informaciones aquí contenidas será responsabilidad del franquiciado, siendo causa de resolución del contrato, con independencia de la indemnización por daños y perjuicios que pudiera procederse de acuerdo a la legislación vigente. Este manual ha sido identificado con un código para cada franquiciado, dadas las condiciones mencionadas de exclusividad de uso.

Cláusula de confidencialidad de datos:

El franquiciado se obliga a tratar confidencialmente todos aquellos datos, documentación y demás información que hayan sido suministrados por el franquiciador durante la vigencia de la presente relación comercial. Así mismo se compromete a no comunicar esta información a ninguna otra persona o entidad, exceptuando sus propios empleados y sólo en la medida necesaria para la correcta ejecución de lo expresado en el presente manual. El acuerdo de confidencialidad establecido en el presente manual tendrá validez durante la vigencia del contrato y seguirá en vigor, al menos, durante dos años más después de la extinción, por cualquier causa, del mismo.

Lo contenido en este manual no obligará a confidencialidad en lo referente a:

- a) Cualquier información o conocimiento revelado legítimamente por terceros que hayan autorizado su difusión.
- b) Cuando la información sea requerida por imperativo legal. Protección de datos personales.

Respecto de los datos personales a los que el franquiciado tenga acceso como consecuencia de la lectura de esta manual, sólo serán utilizados con la finalidad de implementar su negocio, siguiendo en todo momento las instrucciones del franquiciador, comprometiéndose el franquiciado a no aplicarlos ni utilizarlos para finalidad distinta de la pactada ya no comunicarlos a otras personas, así como a destruir los soportes y/o documentos donde se contengan dichos datos al

finalizar el presente contrato, salvaguardando en todo caso las pruebas necesarias respecto a la actuaciones realizadas.

Para cualquier incidencia y como complemento a lo aquí establecido se estará a lo dispuesto en la legislación vigente en la materia, y que actualmente está regulada por la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de Diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal.

Identidad:

Tradicionalmente se han venido considerando los Servicios Socio-Sanitarios como una prestación realizada por las Administraciones Públicas para paliar el déficit padecido por unos determinados colectivos menos favorecidos. Sin embargo, la evolución de la sociedad que por una parte exige cotas cada vez más altas de bienestar en cada uno de sus estratos, y por otra la pequeña ampliación del campo de intervención por parte de la Administración, ha cambiado radicalmente esta situación. Esto ha producido un desbordamiento tanto a nivel de infraestructuras como presupuestario que ha llevado a desequilibrios entre la falta de servicios de esta índole y la demanda suscitada por la población dependiente de los mismos.

Fempsa asume por ello la gestión de este tipo de prestaciones con una doble finalidad:

- Ofrecer servicios diferenciadores y de calidad contrastada.
- Optimizar la administración de los recursos dando soluciones individualizadas.

Somos una empresa que presta Servicios Socio-Sanitarios. Nuestra filosofía de empresa es siempre la de poner nuestros recursos a disposición de cada usuario/cliente, buscando siempre múltiples innovaciones y mejoras. Ofrecemos unas prestaciones eficientes y de calidad, dinamizamos los canales de comunicación para conseguir una mayor agilidad en el servicio. De éste modo conseguimos unos resultados satisfactorios y adaptados a las necesidades de cada usuario/cliente.

Fempsa, es una empresa gestionada por un grupo de cualificados profesionales en éste sector que aplican técnicas que permiten optimizar recursos. Además, gracias a la especialización de este equipo humano, se han podido crear buenos niveles de calidad en su trabajo.

Una de nuestras características principales es esta que acabamos de reseñar, además de la personalización del servicio, ambas cualidades posibilitan ofrecer un trato directo, humano y afectivo a cada usuario/cliente.

Con el objetivo de avanzar y mejorar la gestión en los Servicios Socio-Sanitarios, Fempsa ha creado unas bases técnicas de actuación que unidas a un equipo de profesionales, han permitido diseñar un modelo de actuación personalizado que hace factible desarrollar el servicio de manera eficaz, rápida, con calidad y con unos costes razonables.

De este modo se garantiza un equilibrio entre la oferta de un servicio de calidad y unos precios razonables y competitivos. Esto nos lleva a que un buen número de usuarios/clientes potenciales puedan acceder a nuestros servicios.

Por otro lado, tenemos también como objetivo prioritario la formación de los trabajadores que integran el conjunto de nuestra plantilla y otros profesionales que a futuro puedan incorporarse a Fempsa o a cualquier otra entidad del sector. Esta meta la perseguimos a través de cursos específicos homologados y cursos con certificación propia.

4. Introducción

¿Qué es la Franquicia?

Fempsa es una organización que como ya se ha comentado, apuesta por desarrollar e implementar nuevos servicios y productos en el sector de Servicios Socio-Sanitarios, y que considera que a través de una red de franquiciados se puede comercializar una gama de productos y servicios que demanda la sociedad y que supone una notable oportunidad de negocio en este sector.

Por tanto, Fempsa es primordialmente una sociedad consolidada que esta construyendo una red de franquicias que oferte al usuario/cliente unos productos y servicios diferenciadores y de calidad, apoyándose en cuatro pilares básicos:

1. Una red de franquiciados interconectados operando en distintas poblaciones españolas, con una forma homogénea de trabajar que permite llevar muy cerca del cliente la mejor y más amplia oferta de Servicios Socio-Sanitarios.
2. Profesionales en cada franquicia formados y preparados por Fempsa, dispuestos a asesorar al usuario/cliente sobre todos los aspectos relacionados con los Servicios Socio-Sanitarios. Nuestra filosofía de trabajo se basa en la honestidad, seriedad, eficacia, calidad y rapidez.
3. Una imagen de marca cada vez más reconocida en el mercado. Todos y cada uno de nuestros franquiciados presentan una imagen común de empresa, tanto en la decoración de sus oficinas como en la forma de operar y atender al usuario/cliente, haciendo posible que la red trabaje bajo una misma marca y aproveche la fuerza del grupo.
4. La supervisión y dirección de la Central de Fempsa.

Condiciones de admisión:

Para poder abrir una nueva franquicia de Fempsa y formar parte de nuestra red de franquiciados es imprescindible cumplir unos determinados requisitos.

A continuación se detallan los requerimientos exigibles a nuestros franquiciados, sin que ello impida que en casos concretos Fempsa pueda alterar la ponderación de los mismos, o solicitar a alguno de los aspirantes otras condiciones complementarias para su admisión en la red:

- Espíritu empresarial y fuertes deseos de tener éxito, consóida experiencia comercial refrendada en el directo con el trato usuario/cliente.
- Capacidad de gestión para dirigir un negocio con un equipo de personas a su cargo.
- Disposición al trabajo en equipo, de colaboración con los demás y de anteponer siempre el interés colectivo de la red a los objetivos individuales.
- Disponer de un espacio mínimo, ya sea una pequeña oficina, despacho, establecimiento compartido, local, etc.

- Acreditar cierta capacidad financiera para afrontar las inversiones necesarias y poder poner en marcha la franquicia.
- Realizar una formación en dos fases, relativa a los principales aspectos de la franquicia, organización de los servicios, funcionamiento de la red, cronograma comercial, técnicas de venta, marketing y publicidad, temas jurídicos, fiscales, y por supuesto todos aquellos de ámbito y socio-sanitarios concernientes al sector de Servicios Socio-Sanitarios.

Servicios y productos que recibe el franquiciado de Fempsa:

Una vez firmado el contrato de franquicia, el franquiciado recibe el “pack franquicia”, conjunto de prestaciones que le sirven para el inicio del negocio, y el posterior desarrollo.

A continuación se resumen el contenido del “pack franquicia” y de otros servicios, con independencia de que en el futuro y, de acuerdo con el desarrollo de la red, se puedan incorporar nuevas prestaciones:

1. Disponer de una zona de exclusividad de oficina donde concentrar sus esfuerzos de captación de usuario/cliente y desarrollar su negocio.
2. Beneficiarse de los posibles acuerdos comerciales nacionales de Fempsa.
3. Poder utilizar el nombre y logotipo de Fempsa en todos sus elementos de comunicación, decoración y publicidad local.
4. Recibir asesoramiento para la ubicación, reforma, adaptación, y decoración del local.
5. Instalar en sus equipos informáticos, el programa de gestión de Fempsa (GESAD Plus), así como una carpeta con documentación e información técnica de la franquicia
6. Participación en un curso de formación específicos para el franquiciado.
7. Disponer como guía y consulta, de los "Manuales Básicos" de Fempsa.
8. Posibilidad de servicios de consultaría legal, contable y fiscal.
9. Protocolos de colaboración con instituciones públicas, empresas privadas de ámbito nacional.
10. Transmisión del "know-how"(Saber-Hacer).
11. Descuentos y beneficios en adquisiciones de material de oficina, mobiliario, equipos informáticos, servicios necesarios para el y desarrollo del negocio, así como otros beneficios que pueda recibir Fempsa.
12. Apoyo en representación en ferias y congresos del círculo de influencia de su zona geográfica.

13. Derecho a participar en cualquier convención de franquiciados y/o cualquier otra reunión de estas características que se celebre, bien a nivel regional o nacional.
14. Contenido del “Pack Franquicia”:

- .• Manual de Buenas Prácticas
- .• Manual operativo
- .• Manual Comercial
- .• Manual de RRHH
- .• Normativa de Calidad
- .• Manual tarjetas Fempsa
- .• Línea de asesoramiento o teléfono de consultas
- .• Área del Franquiciado
- .• Un ordenador portátil con el software de gestión instalado.
- .• Cursos para el inicio de la actividad. Documentación basada en los manuales operativos.
- .• Papelería corporativa. 500 Hojas corporativas.
- .• 4 Archivadores Corporativos Fempsa.
- .• 200 tarjetas de visita.
- .• 2 cuentas de correo electrónico.
- .• 200 sobres corporativos con ventanilla.
- .• Señalítica interior (dos cuadros con imagen corporativa).
- .• 2.000 Tarjetas Fempsa Bienestar Plus/200 Tarjetas Fempsa Residencias
- .• Business Plan de la Franquicia.
- .• Señalítica exterior.
- .• 1 libro: “El arte de empezar”. Jan Kawasaki

Obligaciones de los franquiciados frente a Fempsa:

Todos los Franquiciados de Fempsa, tienen que cumplir unas determinadas normas:

- A. Obligaciones en su funcionamiento propio como franquiciados, y en sus relaciones con el resto de las franquicias de Fempsa (vienen detalladas en el capítulo "Obligaciones de los Franquiciados", así como en el Código Deontológico).
- B. Obligaciones en su relación directa con Fempsa. Hablamos de las siguientes:

- Pago a Fempsa de las prestaciones económicas fijadas en su contrato de franquicia, en los plazos y modos convenidos.
- El franquiciado operara siempre con el nombre y logotipo de Fempsa, que debe aparecer en todos los materiales y elementos de comunicación, así como en la publicidad.
- El franquiciado se compromete a no usar la marca comercial o el logotipo para contraer obligaciones o deudas en nombre de Fempsa.
- El franquiciado no podrá contratar ni utilizar otros sistemas informáticos que no sean los que reciba al inicio de la apertura de la franquicia.
- El franquiciado no podrá asociarse a ninguna otra empresa que tenga el mismo objetivo comercial, en particular, otra empresa distinta a Fempsa.
- El Franquiciado se compromete a utilizar con la mayor diligencia y cuidado el material y equipos de Fempsa.
- No utilizar otros medios para la formación de los trabajadores de la franquicia que los ofrecidos por Fempsa, salvo casos específicos que habrían de ser comunicados a la central de franquicias.

Oferta de servicios al usuario/cliente:

Fempsa ofrece a los usuarios/clientes los siguientes tipos de servicios:

- A. La Asistencia domiciliaria a personas en situación de Dependencia, personas con discapacidades físicas o psíquicas, o que padezcan cualquier tipo de enfermedad.
- B. Apoyo en las labores domésticas.
- C. Servicios de acompañamiento hospitalario.
- D. Servicios de acompañamiento a personas Dependientes en general.
- E. Ayudas Técnicas del Hogar.
- F. Administración de Personal para Centros Asistenciales y Residenciales en general.
- G. Servicios de canguro a domicilio.
- H. Acompañamiento y recogida de niños en el colegio.
- I. Impartición cursos formativos en el área Socio-Sanitaria homologados por el ESSCAN.

- J. Comercialización de productos en régimen de exclusividad relacionados con las personas, y en especial con la tercera edad.
- K. Comercialización de los Seguros CASER en general. En especial los seguros de Salud, Dependencia y Vida. Bajo las condiciones acordadas con Fempsa. El franquiciado adopta la figura de Subagente de Fempsa durante la duración del contrato de franquicia.
- L. Comercialización del DESA (Desfibrilador Externo Semi-Automático) Anea Samaritana 500. Bajo las condiciones acordadas con Fempsa.

Además, Fempsa aporta una serie de prestaciones complementarias para el usuario/cliente:

- Somos una organización que tendrá una red nacional que pretende que el usuario/cliente siempre encuentre una oficina cerca de su lugar de residencia.
- Disponemos de una página Web dinámica que nos permite mostrarle toda nuestra oferta, resultándole más cómodo acceder a la información.
- En nuestras oficinas el usuario/cliente encontrará profesionales cualificados que le podrán asesorar en temas legales, fiscales, económicos, administrativos y sanitarios, así como en cualquier otra necesidad que le facilite la contratación de un servicio.

A continuación vamos a definir los principales servicios:

Ayuda a domicilio:

Definición: La Ayuda a Domicilio es un servicio realizado preferentemente en el domicilio personal o familiar, que proporciona, mediante personal cualificado y supervisado, una serie de atenciones preventivas, formativas, asistenciales y rehabilitadoras a individuos y familias con dificultades para permanecer en su medio habitual.

Finalidad: servicio de Ayuda a Domicilio tiene como finalidad promover, El mantener o restablecer la autonomía personal individuo o familia con el del fin de facilitar la permanencia en el medio habitual de vida evitando situaciones de desarraigo y desintegración social.

Introducción Objetivos:

El Servicio de Ayuda a Domicilio, en el que la prestación materializa, pretende conseguir los siguientes objetivos:

1. Prevenir y evitar el internamiento innecesario de personas que, con una alternativa adecuada, puedan permanecer en su medio habitual.
2. Atender situaciones coyunturales de crisis personal o familiar.
3. Promover la convivencia del usuario/cliente en su grupo familiar y con su entorno comunitario.
4. Favorecer la participación del usuario/cliente en la vida de la Comunidad.
5. Colaborar con las familias en los casos en que éstas por sí mismas no puedan atender totalmente las necesidades del usuario/cliente.
6. Apoyar a los familiares en sus responsabilidades de la vida diaria.
7. Estimuladora, que facilita la auto-satisfacción de necesidad por parte ya del usuario/cliente sin eximir de responsabilidad a la familia.
8. Educativa, ya que potencia las capacidades del usuario/cliente haciéndole agente de su propio cambio.
9. Técnica, que el ya personal la presta debe estar cualificado.

Derechos y deberes de los usuarios/clientes:

Derechos de los usuarios/clientes:

Los usuarios/clientes que contraten el servicio de Ayuda a Domicilio tendrán derecho a:

- a) Recibir la prestación respetando en todo momento su individualidad y dignidad personal.
- b) La realización de una PIA (Programa Individualizado de Asistencia) por parte de Fempsa.
- c) Recibir adecuadamente la prestación con el contenido y la duración que en cada caso se considere.
- d) Ser orientados hacia los recursos alternativos que, en su caso resulten necesarios.
- e) Ser informados puntualmente de las modificaciones que pudieran producirse en el régimen de la prestación.
- f) Ser oídos por cuantas incidencias se observen en la prestación del servicio, así como en la calidad del humano dispensado.

Deberes de los usuarios/clientes:

Los usuarios/clientes del servicio de Ayuda a Domicilio tendrán los siguientes deberes:

- a) Facilitar el ejercicio de las tareas de los profesionales que atiendan el servicio, así como poner a su disposición los medios materiales adecuados para el desarrollo de dichas tareas.
- b) Ser correctos y cordiales en el trato con las personas que prestan el servicio, respetando sus funciones profesionales.
- c) Responsabilizarse en el coste de la prestación.
- d) Informar de cualquier cambio que se produzca en su situación personal, familiar, social y económica que pudiera dar lugar a la modificación, suspensión o extinción del contrato de prestación de Ayuda a Domicilio.
- e) Comunicar con suficiente antelación cualquier traslado fuera del domicilio que impida la prestación del servicio.

Ayuda en hospital

El cuidado de personas en el área hospitalaria es un servicio demandado por los usuarios/clientes, permitiéndoles así dar una mejor atención al familiar ingresado, debido a que requieren una atención de veinticuatro horas o nocturna, que en muchas ocasiones la propia familia no puede prestar, bien por incompatibilidades horarias, bien por agotamiento físico del familiar encargado del cuidado.

Labores domésticas

La realización de tareas del hogar es un servicio de los más solicitados por aquél núcleo de usuario/cliente que son válidos para las actividades básicas e instrumentales de la vida diaria pero que aún así, necesitan esa ayuda exterior que les facilite la comodidad de una persona que se encargue de aquellas labores que por su edad, condición física o estado de salud, suponen una elevada carga para ellos.

Servicio de canguro

El cuidado de niños pequeños es una actividad que día a día sufre un aumento de demanda debida en muchas ocasiones a la incompatibilidad de los horarios laborales con las actividades familiares. Bien mediante servicios puntuales o de manera continuada, debemos cubrir esa necesidad que nuestros usuarios/clientes nos plantean cada vez con más frecuencia.

Adaptabilidad de la vivienda

El entorno de la persona mayor necesita unas adaptaciones para facilitar su integración en el mismo, ello planteamos a nuestros usuarios/clientes soluciones por sencillas para transformar su hogar en un medio adecuado a sus limitaciones tanto físicas como sensitivas, consiguiendo la habitabilidad en el propia casa del usuario/cliente evitando institucionalizaciones innecesarias. El franquiciado asume un papel consultivo, si bien puede llegar a acuerdos con entidades terceras que ejecuten las adaptabilidades, siempre bajo supervisión de la central de franquicias.

Viviendas con servicios

Son pisos o viviendas para personas *55 plus*, en definitiva, comunidades de vecinos para personas de más de 55 años, que reúnen las condiciones de habitabilidad más apropiadas para los distintos casos personales. Están dotadas de zonas comunes accesibles y espacios preparados para ofrecer servicios Socio-Sanitarios completos y variados.

Estructura de Fempsa

Área de Expansión: En esta área nos encargamos de la captación, implantación y mantenimiento de nuevos franquiciados. Para ello, llevamos las acciones necesarias, tales como anunciar el negocio en Web especializadas, desarrollo del "Pack de Bienvenida", la formación inicial del franquiciado, el posterior seguimiento de la actividad, asesoramiento, etc. Para ello dispondremos cada vez de más medios a nuestro alcance, como por ejemplo, la intranet.

Una vez realizada una selección sobre los candidatos a franquiciar una zona, le ayudamos a implantar el negocio, poniendo al franquiciado en contacto con los diferentes profesionales de

Fempsa y colaboradores, y asesorándole en todo lo referente a la franquicia. Además de esto, nos encargamos de facilitar a los miembros de Fempsa un stock inicial del material necesario para el desarrollo de su actividad. Más adelante, les seguimos ofreciendo el acceso a dicho material en condiciones preferentes.

También ofrecemos otros servicios en:

Informática: Dentro de los servicios que ofrece Fempsa, encuentra use software adaptado a las necesidades del sector (GESAD Plus) en el que se recogen los modelos y datos necesarios para el desarrollo normal de las actividades, así como el control del personal, datos y contratos de los clientes, formularios existentes... Para ello, se ha facilitado un manual informático que explica las peculiaridades del programa de software así como un *helpdesk* para atender a las preguntas o dudas más comunes que pueden surgir al ejecutar el sistema.

No obstante, y aún a pesar de ser un programa muy sencillo y de fácil instalación que se activa una vez se va a proceder al inicio de la actividad en la franquicia, existe un servicio *helpdesk* del proveedor de la licencia que irá atendiendo cuantas consultas y preguntas puedan surgir. En el mismo momento de la implantación del programa, se facilitan direcciones de correo electrónico, con el dominio fempsa.com de Fempsa para la comunicación con cualquier usuario/cliente externo o interno.

De igual manera, se complementarán y modificarán en la manera que así se estime conveniente cualquier enlace electrónico, página Web o nuevas direcciones si así se estimasen convenientes, con carácter periódico y de acuerdo con las necesidades existentes en cada momento.

Marketing y Publicidad: El estudio y desarrollo de una estrategia de marketing permitirá situar a la red Fempsa en una posición dominante en su mercado objetivo. La misión es clara, conseguir que la empresa se conozca dentro de los sectores de posible demanda. Al ser dichos sectores de naturaleza muy variada, desde el público general a colectivos muy concretos, los mensajes se diversifican para ajustarse a las necesidades y buscando los caminos necesarios para acceder a cada grupo de demanda. Se debe asegurar que los miembros potenciales reciban la información que pueda interesarles y manteniendo un continuo contacto con la realidad del mercado.

El primer paso es conocer al público objetivo, gracias a los estudios de mercado y los conocimientos de los profesionales de la empresa, apoyamos en la planificación y dirección de las campañas publicitarias, eventos promocionales, lanzamientos, acciones de marketing directo...orientadas a cumplir los objetivos globales y específicos. Diseñando las políticas más adecuadas para Fempsa.

Desde el inicio de la franquicia, acompañamos al franquiciado en todos los aspectos gráficos, decorativos... en todos los puntos necesarios para que la empresa se incorpore plenamente, siendo uno más de sus miembros y manteniéndolo en la coherencia formal propia de una red nacional de las dimensiones y profesionalidad que Fempsa está construyendo. De este modo, el usuario/cliente, contemplará una marca sólida y seria con buena imagen.

Intentaremos disponer de cuantas herramientas publicitarias estén a nuestro alcance para presentarnos como una empresa sólida y atenta a las necesidades de la sociedad.

Formación: Elaboración de un plan de formación anual. Las empresas de nuestro tiempo se encuentran inmersas en un entorno altamente competitivo. Ello exige una continua renovación para la adaptación al mercado en cada momento. Estos constantes cambios tienen como principal objetivo lograr el desarrollo y el crecimiento de las empresas. La formación en la empresa se ha convertido en un factor clave para el éxito en cada sector, y en un aspecto primordial para la evolución de los asociados a Fempsa.

En consecuencia, ésta será un pilar básico en la estructura de nuestra empresa, vinculando la formación a la obtención de títulos académicos o profesionales reconocidos oficialmente, y a la promoción en el puesto de trabajo ligada a la valía para el mismo. La formación contribuye principalmente consiguiendo que las personas, soporten mejor y de manera más eficiente todos los cambios organizacionales y de adaptación que se dan en la constante evolución de la empresa en la actualidad.

Hay que tener en cuenta que una acción formativa que tenga lugar de manera única o aislada a lo largo del tiempo puede que tan sólo sirva para paliar momentáneamente una carencia organizacional o de capacitación. Pero ello no va a contribuir para nada a la evolución y crecimiento continuo de la empresa.

El desarrollo de los Recursos Humanos y la Formación han de ser la plataforma de lanzamiento del avance empresarial. Para ello debe concretarse un plan de formación integral, permanente y coherente.

¿Qué es el plan de formación? el error en el que han caído muchas de las empresas, es en el de pensar que la realización de una acción formativa, o de muchas acciones formativas, es el desarrollo de un plan de formación.

El mal uso de subvenciones para la formación en empresas y, por tanto, la proliferación de la oferta de cursos subvencionados, puede llevara una oferta mayor, pero el hacer muchos cursos de formación no conlleva un aumento de la productividad en la empresa, o un aumento en la motivación y estima del empleado, si estos no están planificados coherentemente.

Introducción Un plan de formación es un medio y no un fin en sí mismo. Es importante que siempre se marquen claramente unos objetivos perfectamente definidos, antes de realizar ninguna acción formativa.

Cada una de las acciones formativas han de ser programadas desde un estudio de necesidades profesionales del grupo afectado, para poder evaluar posteriormente tanto la eficacia, como la rentabilidad de un plan de formación. Hay que evitar la programación de acciones formativas sólo porque sean de actualidad.

Un plan de formación es un conjunto coherente y ordenado de acciones formativas, programado en un período de tiempo determinado, con el fin de iniciar y perfeccionar, a los trabajadores, en las competencias que la empresa estime necesarias.

Es importante que un plan de formación no sea herméticamente cerrado, ha de tener la suficiente flexibilidad como para poder incluir o modificar una acción formativa en el caso de ser necesario.

Fempsa ha establecido un método para la elaboración de los planes de formación que permite identificar los objetivos a cubrir con los programas y acciones, dando como resultado un plan integral, permanente y coherente.

Las acciones formativas que han de estar ordenados por prioridad, serán distintas cada año. Según los objetivos que podamos tener, en ocasiones necesitarán diversos planes para su cumplimiento y en otras, quedarán concluidos dentro del año.

Orientación para la programación de las acciones formativas La formación bien programada va a contribuir, en nuestra organización, principalmente consiguiendo que las personas, directivos soporten mejor y de manera más eficiente todos los cambios organizacionales y de adaptación que se dan en la constante evolución de la empresa en la actualidad.

Hay que tener en cuenta que una programación coherente e integral del plan de formación ayudará a la evolución y crecimiento continuo de la empresa.

Con el diagnóstico de necesidades realizado y los objetivos del plan definidos, se hará una propuesta para la programación de acciones formativas.

Objetivos de la formación:

- Adaptación del empleado al puesto de trabajo y a las modificaciones del mismo.
- Actualización y puesta al día de los conocimientos profesionales exigibles en la categoría a la que pertenezca.
- Especialización, en sus diversos grados, en el sector o materia del propio trabajo.
- Facilitar y promover la adquisición por los trabajadores de títulos académicos y profesionales.
- Adaptar la mentalidad de los trabajadores hacia una dirección participativa.
- Ampliación de los conocimientos de los trabajadores, tal de modo que les permita una mejora profesional en su puesto de trabajo o promoción a puestos superiores.
- Conocer las condiciones laborales de su puesto de trabajo en evitación de riesgos laborales y promoción de la salud.

Desarrollo de la formación:

Fempsa y sus franquicias, han de determinar las necesidades reales, a partir de las cuales, elaborar un Plan Anual de Formación y el consiguiente calendario de cursos formativos a realizar por los trabajadores del Franquiciado durante ese periodo de tiempo.

Los propios franquiciados es muy importante que presten su pleno apoyo al Plan Anual de Formación, en cualquier actividad de su competencia.

La formación de los trabajadores y de los Franquiciados, se efectuará a través de la red Fempsa, bien por la propia Fempsa o mediante otras empresas o medios reconocidos oficialmente por ésta, realizándose de manera presencial, semi-presencial, o mediante e-learning (online), preferentemente dentro de la jornada laboral siempre y cuando esto sea posible.

Los trabajadores asistentes a los cursos formativos tendrán la obligación, una vez matriculados en el curso correspondiente, realizarlo hasta su finalización y superar las pruebas de capacitación relativas a cada curso para así obtener la certificación académica del mismo.

Los franquiciados, o los trabajadores podrán presentar a Fempsa sugerencias relativas a mejorar aspectos y actividades concretas del Plan Anual de Formación, así como la inclusión o el cambio de algún curso si fuese beneficioso a las partes implicadas.

Los certificados de asistencia y aprovechamiento, así como las valoraciones y certificaciones obtenidas en la realización de los distintos cursos y actividades formativas, se harán constar en el expediente del trabajador, y tendrá relevancia para su promoción profesional.

Gestión y Administración: Los asuntos derivados de la gestión del régimen económico de los Franquiciados, tales como facturación, tesorería, control de ingresos y gastos, contabilidad, cumplimiento de las obligaciones con los diferentes organismos autonómicos o estatales, así como el estricto cumplimiento de la legislación laboral para la Seguridad Social, son competencia del franquiciado. La central sin embargo exigirá una correcta gestión en esta materia.

Anualmente, o con la periodicidad que establezca la legislación nacional vigente o las disposiciones de cada Comunidad Autónoma, será el encargado de comunicar el incremento en los costes laborales, y el consiguiente aumento aplicable a las tarifas oficiales de precios de Fempsa.

Recursos Humanos: En Fempsa, el aspecto humanos, como es obvio, se entiende que no deben ser concebido como un tema menor, más bien todo lo contrario, puesto que los trabajadores son el motor de los servicios. La gestión no es sencilla, puesto que ningún trabajador es igual a otro y es muy difícil estandarización: cada uno tiene sus propias características y por los criterios que utilizan a la hora de desarrollar su actividad profesional incluso ocupando un mismo puesto de trabajo.

El trabajo de cada uno de ellos no es independiente, si no que esta interrelacionado a través de una serie de relaciones entre servicios. Este puesto que ocupa un trabajador no se crea por capricho, si no que corresponde a la necesidad real de realizar una tarea que sirva para prestar un servicio que demandan nuestros clientes.

Por esta razón el trabajador que lo ocupa ha de ser capaz de realizar las tareas propias de su puesto, para lo cual basta comparar las características del trabajador con los requisitos que exige el puesto en concreto, derivado de la PIA. Ahora bien, teniendo en cuenta que la demanda principal de los clientes de Fempsa gira entorno a los servicios asistenciales, el gerente de la franquicia deberá disponer de una estrategia que le permita saber cuando y que tipo de trabajadores va a necesitar, y por ello es fundamental gestionar bien la bolsa de trabajo y los cuadrantes horarios realizando tareas de coordinación que le permitan poder tener preparada una respuesta concreta.

Concibiendo la gestión humana como un medio y no como un fin en si misma, se hace necesario determinar una metodología de gestión que haga posible este propósito y es desde esta perspectiva que la gestión de recursos humanos de Fempsa cobra su mayor importancia, fin y al la fuerza y la competitividad de la marca está hoy en día depositada en sus trabajadores.

Dirección General: En el ámbito de los Servicios Socio-Sanitarios, un equipo de trabajo no surge de la nada, es fruto de un proceso de maduración y termina cuando son capaces de afrontar por si

y mismos las tareas que tienen entre manos. Un ejemplo claro son las franquicias con sus propias oficinas. El verdadero artífice de este proceso es el director de la oficina que, adaptando la forma de liderar a sus trabajadores, los va haciendo comportarse profesionalmente de un modo determinado hasta que consigue de ellos que actúen de manera que se obtengan buenos resultados.

Para ello es necesario que el equipo de trabajadores se refleje en su director o gerente, y le tomen como referente. Esto solo se consigue si la persona que lidera el equipo de trabajadores es capaz de "hacer llegar" a cada uno de los trabajadores los mensajes que dirige. Por ejemplo, determinar unas normas de calidad en todos los servicios.

Este proceso no es sencillo, está repleto de problemas y conflictos, y nunca deben ser considerados como un fracaso del director o gerente. En realidad, conflicto en el grupo es necesario y revela como sus integrantes se van amoldando hacia la idea de un colectivo (los trabajadores) en el cual se integran, abandonando posiciones individualistas. En realidad, el conflicto no es si no un síntoma de crecimiento. Sólo si se superan estos conflictos, se podrá llegar a hablar de un equipo de trabajadores sólido.

En el ámbito de los Servicios Socio-Sanitarios no solo se trataría de hacer saber a sus trabajadores las características de los servicios de Fempsa, si no además llegar a convencerles de las posibilidades que tiene nuestra oferta de servicios asistenciales frente a la de otras empresas, o de cualquier otra persona física o jurídica que pudiese requerir de sus servicios.

Introducción Con quien contactar:

Beatriz Villena Durán
Oficinas centrales
Gran Vía, 1- 1^º izda .-28220 Majadahonda-
Teléfono 91 638 88 77
bvillena@fempsa.com

Director General
Carlos González Martino

cmartino@Fempsa.com

Director Desarrollo de Negocio

Óscar Zorrilla Pascual

ozorrilla@Fempsa.com

Fempsa tiene su sede central en Majadahonda, desde donde se realiza a parte de su actividad empresarial Socio-Sanitaria, la expansión y coordinación de la red de franquiciados.

La organización geográfica de Fempsa, está previsto que se extienda por todo el territorio nacional, con el objeto de tener, al menos, una oficina de Fempsa en cada ciudad donde exista la posibilidad de negocio de servicios socio-sanitarios y que el mercado lo justifique.

Franquicias:

El franquiciado/a de Fempsa es un "gestor de Servicios Socio-Sanitarios", ya sea persona física o jurídica, que tiene firmado un contrato de franquicia con Fempsa, mediante el puede utilizar su cual imagen, logotipo, programa informático y demás elementos necesarios para ofertar todos los servicios que presta Fempsa a sus clientes en una zona asignada. En su calidad de Franquiciado de Fempsa, participa junto con la central en la identificación y elaboración de las alternativas y mejoras en el servicio al cliente.

2. Funcionamiento de la Franquicia

Área de influencia

La zona de exclusividad viene definida en los términos del contrato firmado entre ambas partes.

Las zonas se establecen por términos municipales o partes del mismo, incluso por áreas indicadas en los planos descriptivos de las diferentes localizaciones.

Un franquiciado podrá tener usuarios/clientes temporales que no pertenezcan a su zona de exclusividad, espacialmente mientras otro franquiciado no tenga asignada esa zona de exclusividad. No obstante, es en la zona de influencia donde el franquiciado debe especializarse y centrar primordialmente su acción comercial. La calidad de servicio que la red Fempsa pueda ofrecer tiene mucho que ver con el hecho de que el franquiciado de cada zona, sea el mejor operador de los Servicios Socio-Sanitarios de los allí establecidos.

Funcionamiento de las actividades de Servicios Socio-Sanitarios

Fempsa tiene como criterio fundamental la calidad en la gestión de la atención personalizada, lo que permite garantizar un óptimo resultado en la realización de estos servicios.

Dirigimos nuestras actuaciones hacia los siguientes objetivos:

Generales

- Prestar servicios y actividades a particulares mediante la gestión directa de sus intereses y con una especial sensibilización hacia sus problemas.
- Constituir el punto de referencia para nuestros usuarios/clientes en aquellos servicios en los que las instituciones públicas sean deficitarias.

Específicos

- Lograr una perfecta cohesión entre las demandas de los usuarios/clientes y las actividades prestadas por el personal de la franquicia (desde el gerente hasta el auxiliar).
- Ofrecer una determinada serie de servicios flexibles y adaptables a las necesidades del usuario/cliente.
- Poner en marcha las actuaciones necesarias para dar en todo momento solución a las peticiones que especifiquen los usuarios/clientes.

Población de usuarios/clientes beneficiaria de los servicios:

El Servicio de Ayuda a Domicilio es un conjunto polivalente de actuaciones dirigido a personas de todas las edades que por diferentes motivos se encuentran en situación de falta de autonomía personal, viven solos o con familia que no pueden dedicarles el tiempo que realmente necesitan.

Los colectivos que habitualmente demandan el Servicio son:

- Tercera edad (colectivo principal por volumen y por demanda).
- Minusvalías físicas y psíquicas.
- Familias con sobrecarga en el cuidado de niños y/o ancianos a su cargo.
- Enfermos crónicos.
- Enfermos terminales.
- Pacientes con enfermedades infecciosas graves (SIDA, Hepatitis C, etc.)
- Personas con patologías neurológicas parcial totalmente incapacitantes o (ACV, demencias, esclerosis, Alzheimer...).
- Personas con problemas agudos que requieren nuestra intervención durante un determinado periodo de tiempo (fracturas de cadera, prótesis de rodilla, intervenciones oculares, posconvalecencias de infartos u otras patologías o intervenciones, etc.).
- La mayor parte de los usuarios/clientes del Servicio de Ayuda a Domicilio, pertenecen al grupo de la tercera edad y, a pesar del aumento de la esperanza de vida tanto en mujeres como en hombres y de los avances de la medicina moderna, son el colectivo que más desfavorecido por el progresivo deterioro que conlleva implícito el proceso de envejecimiento. Envejecer es ir avanzando en la edad biológica. Esto se concreta en transformaciones fisiológicas del individuo que provocan alteraciones o déficit en todos los órdenes de su cuerpo, cuando no en verdaderas situaciones patológicas con la incapacidad para el desarrollo de la actividad habitual la persona suele estar acostumbrada a desempeñar. que

Algunos de estos trastornos más frecuentes son:

- Visuales: Cataratas, miopía, cegueras en diabetes de larga evolución, laxitud en los párpados (ectropión y entropión), glaucoma.
- Auditivos: Sordera de mayor o menor intensidad.
- Metabólicos: Diabetes, desnutrición, obesidad, gota, deshidratación, déficit vitamínicos, hipercolesterolemia, enfermedades tiroideas.
- Cardíaca: Insuficiencia cardíaca, hipertensión arterial, infartos, arritmias.
- Circulatorios: Arteriosclerosis, insuficiencia venosa crónica de las extremidades inferiores, déficit de riego cerebral.

- Neurológicos: Parkinson, Alzheimer, demencias seniles, ACV (accidentes cerebro-vasculares) o trombosis cerebrales con sus temibles secuelas.
- Osteo-musculares: Artrosis, artritis, osteoporosis con las consiguientes fracturas, disminución de la masa muscular y pérdidas de movilidad.
- Psiquiátricos: Síndromes depresivos, obsesivos.
- Cánceres: De aparato digestivo, respiratorio, genito-urinario, la sangre. Todos los derivados de los efectos secundarios e interacciones de la poli-medicación a que suelen estar sometidos los mayores.

A todos estos trastornos de tipo patológico se deben sumar las limitaciones naturales propias del envejecimiento.

Por otra parte debemos añadir una serie de cambios sociológicos:

La vida laboral. El retiro del trabajo produce un gran impacto psicológico; llevando muchas veces a graves y progresivos problemas de depresión, ocasionado por pérdida de su identificación dentro de la sociedad, siéntese que no es nadie y pierde su sociabilidad. Tiene restricciones económicas al recibir una pensión inferior al ingreso percibido por trabajo remunerado, como también dispone de mayor tiempo libre, se siente inútil sin saber como llenarlo.

La ideología del viejismo. Nuestra sociedad da una imagen equivocada de esta etapa de la vida, por el retiro forzado del trabajo y los cambios biológicos la considera como viejismo, como una etapa de decadencia en lo físico y lo mental, dando al adulto mayor una imagen de incapacidad, de inutilidad social y de rigidez, ahí que acepten su deterioro como algo fatal que los lleva a asumir una actitud de resignación y apatía, restringiéndose cualquier iniciativa de superación por grandes temores a ser rechazados.

Las etapas de niñez, adolescencia y adultez tienen sus roles perfectamente establecidos, pero no existe una definición socio-cultural del conjunto de actividades que serían específicas de los adultos mayores y cuyo desempeño los haría sentirse útiles, conseguir reconocimiento social, elevando su autoestima.

En muchos casos el compañero/a ya falleció y deben frenar los desajustes emocionales de la viudez, unidos en la mayoría de los casos, con la independencia de los hijos.

Cada persona mayor debe buscar que hacer, ver tareas más o menos valiosas para él, pero sin garantía que serán reconocidas socialmente, esto hace que unos pocos logren su quehacer y que muchos otros deban resignarse al estrecho mundo de las cuatro paredes de su hogar donde viven un transcurrir sin anhelos, entusiasmo, horizontes. Es así como podemos clasificar en tres grupos a las personas mayores:

Válida:

Es la persona que ha logrado un bienestar y vida satisfactoria en la etapa de adulto mayor, representa alrededor del 56% de la población mayor de 65 años y se caracteriza por:

- Ha asumido la vejez
- Sano física y psíquicamente
- Independiente
- Ha causado en forma positiva y creativa la experiencia acumulada
- Sabe que hacer con su vida, buena auto estima
- Tiene actividad de crecimiento personal
- Tiene compañía y afecto (pareja, familia, amigos)
- Seguridad económica
- Vivienda.

Frágil:

Es la persona que no ha logrado una vida plena en el transcurso de su vejez y se encuentra en una situación de riesgo, este grupo representa aproximadamente al 28% de la población adulto mayor y se condiciona por:

- Que no ha asumido la vejez
- Sufre algún daño físico o psíquico
- Dependiente

- No tiene actividad creativa para él
- Mala autoestima
- Carente de afecto
- Problemas económicos
- No tiene posibilidades de vivir independientemente
- Mal tratado o sobre-protegido (que lo inutiliza)
- Tiene temores de pobreza, enfermedad, soledad...

Postrado o Terminal:

Es la persona muy dañada, sin posibilidad de superación, dependiente absoluta o institucionalizada. Representa un porcentaje aproximado al 16% de la población mayor con un porcentaje de más o menos el 4% de ella, recluida en algún hogar de ancianos.

Aspectos sociales que inciden negativamente

- Debilitamiento de la capacidad física, que provoca una deficiente respuesta social y limitación de autonomía funcional, muchas de las cuales podrían haberse prevenido.
- Pérdida de la actividad económica: Disminución del ingreso.
- Desvalorización social
- Enfrentar: Cómo se responde ante una situación determinada. La forma como se enfrenta una realidad depende de:
 - Cómo se piensa acerca de ella (condiciones personales).
 - Condiciones sociales y ambientales.
 - Estado de ánimo e intelectuales.

Significados de la etapa de vejez para los adultos mayores

- Alrededor del 20% de los adultos mayores da significado negativo a la vejez como una etapa de declinación y pérdidas.
- Alrededor del 60% percibe el envejecer como un proceso natural, asumiendo los cambios en aceptación y resignación.

- Alrededor del 20% percibe la vejez como una etapa diferente, no necesariamente mala. En la que el individuo debe buscar la mejor forma de vivirla, predicando una actitud combativa y de esfuerzo personal para lograr el máximo bienestar posible.

Resignación frente a la vejez:

Agrupación de los adultos mayores. 5%

- Viven su envejecer conformándose con lo que les sucede.
- Sienten que no pueden hacer mucho por cambiar la situación que les toca vivir.
- Se conforman con lo logrado, no consideran tener futuro.
- No acusan insatisfacción.
- Ha asumido la vejez.
- Sano física y psíquicamente.
- Independiente.
- Ha causado en forma positiva y creativa la experiencia acumulada.
- Sabe que hacer con su vida, buena auto-estima.
- Tiene actividad de crecimiento personal.
- Tiene compañía y afecto (pareja, familia, amigos...)
- Seguridad económica.
- Vivienda.

Aceptación sabia de la vejez:

Agrupación de los adultos mayores reconocen sus propias limitaciones y las aceptan con naturalidad, están satisfechos con su vida.

- Aprovechan las oportunidades que se les ofrece
- Utilizan sus capacidades
- Su estado de ánimo es positivo.
- Esperan más del futuro.

El temor y la angustia de envejecer:

- Incluye cerca del de las personas mayores.20%
- Temen un futuro próximo de sufrimiento y deterioro
- Se sienten frustrados e insatisfechos con su vida presente.
- Tienen susto a la muerte.
- Su ánimo es de tristeza, abatimiento, desesperación. Se lamentan de lo Perdidos resentimiento y envidia.
- La incertidumbre de lo que vendrá les impide disfrutar del presente.

Como prestar el servicio a los mayores:

Los auxiliares de Ayuda a Domicilio continuamente deben irse formando y reciclando, siempre con el respaldo de la empresa, para poder afrontar nuevas situaciones que surjan en el trato diario con el usuario/cliente, así como para tener actuaciones y respuestas adecuadas evitando el posible conflicto procediendo con tolerancia ante situaciones tensas que se puedan originar. Por parte de la franquicia se realizará un seguimiento estrecho de la evolución del usuario/cliente y del servicio que se le está prestando.

Un ejemplo de estas situaciones puede ser el caso de una persona con demencia que ante un estímulo externo desconocido para ella, durante el transcurso de un paseo, le hace volverse agresiva y ponerse a chillar o sollozar. Dicha circunstancia requerirá una intervención rápida y especializada por parte del Auxiliar de Ayuda a Domicilio.

Otra dificultad con la que en ocasiones nos podemos encontrar, es la falta de higiene por parte del usuario/cliente debida por un lado al progresivo deterioro físico y psíquico y por otro consecuencia de la avanzada edad y de las limitaciones propias de la misma. El Auxiliar debe proceder con extremado tacto para no herir la sensibilidad del usuario/cliente basándose ante todo en el respeto mutuo y preservando la dignidad de la persona.

Funcionamiento Apoyo y bienestar:

El apoyo tiene un doble efecto sobre el bien estar psico-social:

Efecto Directo:

Al permitir que el individuo se sienta parte integrante de un conjunto de personas unidas por lazos de solidaridad y responsabilidad mutua, con los que puede contar en caso de necesitarlas; también le permite satisfacer sus necesidades de pertenencia y afecto y darle un sentido a su vida mediante el amor que da y recibe de otros.

Efecto Indirecto:

Atenúa y protege de los efectos disturbadotes de las condiciones estresantes, al aumentar la capacidad de respuesta frente a las situaciones cotidianas.

Formas de apoyo social apoyo cognitivo:

Facilita al individuo enfrentar las circunstancias de la vida al recibir consejo e información.

Apoyo emocional:

Al expresar emociones y recibir cobijo, consuelo y aliento, dar afecto y simpatía, amar y apoyar a otro sentirse amado, tranquilizar, alentar y dar consuelo.

Apoyo instrumental:

Al ser asistido con cuidados de ayuda material o bienes que pudiera requerir para permanecer en su entorno habitual, se están potenciando condiciones de vida más favorables.

Los miembros de la familia y el Auxiliar de Ayuda a Domicilio son agentes socialmente definidos como los principales proveedores de apoyo.

Control de la calidad del servicio:

El concepto de calidad se define como "la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de una misma especie". Esta simple definición ya muestra claramente dos características de los análisis de calidad: subjetividad derivada de la apreciación de la persona a la que se le pregunta y la relatividad de la calidad en función de su comparación con el de servicios conocidos por la persona.

En la actualidad este concepto de calidad ha evolucionado y su aplicación al ámbito empresarial nos ha llevado a lo que se conoce como calidad total. En este sentido la empresa se considera una cadena que une a los proveedores del servicio con los usuarios/clientes del mismo, donde el proceso de atención de calidad debe estar incorporado al conjunto de los procesos de la cadena. Así pues, el enfoque se realiza tanto sobre la producción como sobre las áreas de servicio y administración, llegándose a los conceptos de CALIDADTOTAL actualmente en auge. Este término podría ser definido como "un enfoque integrado de gestión que tiene como objetivo la mejora continua de la satisfacción de los usuarios/cliente y externos- y la disminución permanente de costes reales". Dentro de este marco, se entiende que únicamente podrán sobrevivir las empresas que mantengan una constante preocupación por la mejora de su servicio y que sean capaces de responder en tiempo y forma a las mejoras científicas y tecnológicas así como al constante desarrollo de sus recursos humanos.

En definitiva podemos hablar de tres grandes fases:

Calidad centrada en el producto. Esta fase resumiría los inicios de la implantación del control de la calidad sobre el servicio, centrándose en abarcar al proceso de servicio en su conjunto.
Calidad centrada en los trabajadores. En esta fase la información sobre la mejora en el proceso se traslada del servicio a las personas, haciendo a éstas participes de la mejora de la calidad.

Calidad centrada en los usuarios/clientes. En este caso la satisfacción se alcanza cuando las características del servicio ofrecido cubren todas las necesidades del usuario/cliente y ésta es la razón que les lleva a mantener una fidelidad con el servicio ofertado

Estas tres fases se conjuntan en lo que hemos denominado calidad total, en la cual encontramos al usuario/cliente como inicio y fin del proceso de servicios, pero cuya satisfacción no resultará mejorada a no ser que exista una completa integración y participación de todos los recursos de la empresa, tanto materiales como humanos.

Tratamiento de la demanda de usuarios/clientes:

El primer paso es lógicamente atraer a la oficina al usuario/cliente que demanden la prestación de nuestros servicios. Para ello hay que reseñar que la búsqueda del usuario/cliente es un proceso complejo en el cual es susceptible de utilizar diversas técnicas, cuales estarán diseñadas por Fempsa, aunque en última instancia dependerá de la propia iniciativa y capacidad de trabajo del franquiciado.

Reseñamos a continuación alguno de los caminos más frecuentemente utilizados sin menos precio de las directrices indicadas en su momento por Fempsa, según el estudio de mercado de la zona:

- Publicidad en prensa diaria.
- Anuncios en revistas y publicaciones locales.
- Mailing específicos por colectivos o zonas.
- Buzoneos y octavillas de reparto directo.
- CEAS e instituciones.
- Cuadros de anuncios de empresa.
- Demanda suscitada por las buenas referencias de otros usuarios/clientes.
- Cartera de usuarios/clientes que nos aporten otros franquiciados de la red o la propia de Fempsa.
- Nuestro propio nivel de relaciones personales e indirectamente la situación del local (de aquí la importancia de situarse en zonas comerciales o de flujo importante de personas).

En general resulta muy conveniente hacerse uno mismo la pregunta: ¿a quién le puede interesar que le ayuden a cuidar de un familiar?, ya que la contestación nos va a dar el perfil de los potenciales interesados a quienes debemos dirigir nuestros esfuerzos de venta.

De una persona que contacte con nosotros por cualquier medio, a todos los efectos es un posible usuario/cliente, y lo primero que debemos obtener de él es su PIA. Es necesario obtener una buena instantánea de lo que el usuario/cliente precisa.

Para Fempsa, lo principal es tener la capacidad de atender al posible usuario/cliente, ofrecer el servicio más óptimo y adaptado a las necesidades que se nos están exponiendo, para así satisfacer sus expectativas. Normalmente nunca existe una oferta de servicios ideal, sino que la PIA junto con las distintas posibilidades que le vayamos mostrando, conseguirá que el usuario/cliente pueda ir concretando la idea que le atrajo a nuestra oficina. Los servicios definitivos se recogerán en el programa de gestión y en la Ficha de Servicio, para evitar mal entendidos futuros o sorpresas.

El usuario/cliente ha de ser registrado en la base de datos del programa informático, al igual que los servicios que se le hayan presentado o por los que estuviese interesado.

También, en el programa informático, se deberá cubrir la Ficha de Seguimiento (contactos telefónicos, visitas domiciliarias, etc.).

Por supuesto que en última instancia la decisión del usuario/cliente depende de:

1. Que el servicio ofrecido satisfaga plenamente sus expectativas.
2. Que el precio del servicio se ajuste al presupuesto de que disponga.

Estas dos condiciones en principio tan simples, constituyen la esencia misma de la aceptación o no de nuestros servicios, decisión que debe estar acompañada por una correcta valoración que hay que hacer con el usuario/cliente en base a tres supuestos:

- Valoración técnica (PIA)
- Definir y formar criterio comparativo de los servicios que estamos ofreciendo respecto a la que ofrecen otros proveedores de Servicios Socio-Sanitarios.
- Valoración financiera.
- Hay que estudiar y buscar alternativas económicas que supongan una adaptación a las posibilidades financieras del usuario/cliente.

- Valoración de la situación personal. Nuestro hecho diferenciador es ofrecer servicios Socio-Sanitarios de calidad adaptados a las necesidades del usuario/cliente, por lo que es perceptivo pensar que cada usuario/cliente tiene una situación personal determinada.

Prestaciones de Servicios de Ayuda a Domicilio:

Las prestaciones a desarrollar por la auxiliar de Ayuda a Domicilio en cada domicilio variarán en función de cada caso, siempre ajustándonos a las necesidades de los usuarios/clientes, estableciéndolas ellos mismos o en su defecto sus familiares, horarios, días de atención, como las especificaciones los así en función del grado de dependencia o enfermedad. Todas las tareas serán supervisadas y contrastadas por la oficina para valorar el grado de satisfacción del usuario/cliente, teniendo la obligación cada auxiliar de notificar cualquier cambio que se produzca en el servicio.

A. Tareas de atención en el hogar.

La auxiliar, siempre contando con la colaboración del usuario/cliente, teniendo y en cuenta sus limitaciones realizará entre otras las siguientes tareas:

- Limpieza de la vivienda
- Lavado, planchado de ropa.
- Hacer la cama y limpieza de la habitación del usuario/cliente.
- Realización de compras domésticas a cuenta del usuario/cliente.
- Cocinado de alimentos.
- Acompañar al medico.
- Compra de medicamentos...

B. Tareas de atención personal.

La auxiliar de Ayuda a Domicilio facilita el apoyo necesario para el cuidado, aseo personal, apoyo a las movilizaciones, ayuda en la rehabilitación y compañía del usuario/cliente. En este sentido la auxiliar realiza las siguientes tareas:

- Aseo personal.
- Ayuda y apoyo a la movilización en los casos que sea necesario.
- Ayuda a levantarse y acostarse.
- Ayuda a vestirse y desvestirse.
- Ayuda para comer y/o la ingesta de medicamentos prescritos.
- Ejercicios de rehabilitación en los casos que sean necesarios.

C. Tareas de atención especialidad.

Corresponde también a la auxiliar, aquellos casos en los que se determine una concreta realidad social, las cuales apoyaran las facultades de integración de los usuarios/clientes:

- Asesoramiento y coordinación con el fin de mejorar y prevenir el deterioro personal y social.
- Intervención en el proceso educativo y de promoción de los hábitos personales y sociales.
 - Enseñanza de las habilidades domésticas y de higiene.
 - Cuidado y atención.
 - Atención psicológica y educativa.
 - Técnicas de rehabilitación (ejercicios pasivos-activos).
 - Conocimientos técnicos: preferentemente auxiliares de clínica.
 - Experiencia profesional: se valorará experiencia en atención domiciliaria, etc.
 - Actitudes personales: como responsabilidad, respeto, sensibilidad y seriedad.
 - Adecuación de la auxiliar al servicio a realizar.
 - Seguimiento del mismo.
 - Realización de tareas.
 - Cumplimiento de los horarios.
 - Grado de satisfacción del usuario/cliente.
 - Evaluación del servicio de:
 - O De presentación del servicio
 - O Contactos telefónicos
 - O Visitas domiciliarias

O Entrevistas con el auxiliar

Uniformidad de los honorarios

Los honorarios son uniformes por zonas geográficas dependiendo de los distintos convenios colectivos. Ello nos permite informar a nuestros usuarios/clientes de los mismos cuando nos encontremos en gestiones de venta que afectan a otras zonas de actuación, distintas de la zona de la propia exclusiva.

Sistema de selección de personal

Perfil los auxiliares de Ayuda a Domicilio

Para un buen desarrollo del trabajo se precisa que en la mayoría de los casos los aspirantes estén en posesión del título de Auxiliar de Clínica, de Geriatría o de Ayuda a Domicilio, así como cursos en esos en Alzheimer, Demencias, De Asistencia a Tercera Edad, etc. También se valorará la experiencia que puedan aportar en éste sector.

En cualquier caso, e independientemente de la titulación requerida, la persona que pretenda dedicarse a la Ayuda a Domicilio deberá reunir las siguientes cualidades:

- Tener sensibilidad por los problemas sociales, lo que significa que valore y sienta que ayudar a los demás es un trabajo que dignifica a la persona.
- Asumir la responsabilidad de las tareas que conlleva su profesión y no olvidar la importancia de realizarlas con diligencia, puntualidad y corrección.

Prestar una especial consideración hacia la persona mayor, atendiendo a sus indicaciones y deseos, respetando tanto la intimidad de la persona como la de la familia y la casa donde se ejerza las labores de Auxiliar.

- Delicadeza para ir cambiando hábitos, actitudes y costumbres que incrementen el entorno higiénico-sanitario en el que se desenvuelve el usuario/cliente.

- Mantener el equilibrio y la serenidad ante la persona mayor, hacer para frente a posibles situaciones conflictivas de manera ponderada y correcta.
- Actuar como elemento de cohesión entre el usuario/cliente y su familia, resaltando aquellos elementos positivos para favorecer una mejor relación familiar.

El proceso de selección del personal que trabaje para la franquicia se realizará a través de tres fases:

1. Fase de Captación. Esta primera fase consiste en recoger el mayor número de curriculums de personas que puedan estar interesadas en la prestación de estos servicios. Los curriculums pueden llegarnos por diferentes vías: ofertas a los servicios de empleo, anuncios en internet, contactos con academias, través de gente conocida, Cuanto mayor número acceda a etc. a esta primera fase, mayores posibilidades tendremos de encontrar las personas adecuadas. No obstante, deberemos tener en cuenta las características personales de formación y experiencia en el sector.
2. Fase de Valoración y Preselección. En esta segunda fase se estudian todas las candidaturas y se preseleccionan las personas que responden al perfil deseado. Se mantendrá una entrevista personal e individualizada con los posibles futuros trabajadores para conocer en profundidad sus características personales, empatía, interés por el puesto a desempeñar, disponibilidad y experiencia en puestos similares. Se pedirá a todos los entrevistados que aporten el mayor número de documentos que acrediten tanto la formación como la experiencia.
3. Fase final de selección. Una vez realizadas la dos fases anteriores estaremos en condiciones de realizar una selección adecuada del personal a contratar, con los cuales concertaremos una reunión para concretar todos los aspectos puntuales del trabajo a realizar, como las condiciones así laborales, salariales y contractuales.

Política laboral la empresa:

La voluntad de la red Fempsa es la de fomentar la contratación estable y satisfactoria de todos los empleados que configuren nuestra red, lo que recomendamos y analizamos las siguientes formas para de contratación:

1. Contratación temporal (es la más amplia de nuestro sistema). Sólo se podrá concertar por un periodo máximo de 12 meses, autorizándose un solo contrato y una sola prórroga. En a caso de finalización del contrato por causas ajenas a la voluntad del trabajador, la empresa deberá abonar al mismo la indemnización de 8 días por año trabajado.
2. Contrato en prácticas (para titulados universitarios o de FP) exige un mínimo 12 meses y un máximo de 24. Los costes rondan el 60% primer año y 70% el segundo año (salvo mejora del convenio colectivo) con la limitación de que estos contratos en prácticas no podrán ser realizados a más del de la plantilla.5%
3. Contratos formativos. Se dirigen a trabajadores menores de 21 años. Exige un mínimo de 12 meses, un máximo de 24, retribuciones suelen venir especificadas en el y las convenio colectivo, excediendo habitualmente del de lo que cobra un 80% trabajador en el mismo puesto. Su objetivo es potenciar la formación para el puesto de trabajo o la obtención del graduado escolar si no estuviese en posesión del mismo, por lo que el trabajador deberá dedicar un 15% de la jornada al estudio, debiendo la empresa abonar los gastos académicos que esto ocasione y que rondan los 50 Euros mensuales, que en caso de que esa formación sea para el puesto de trabajo, gastos serán deducibles en estos los boletines de cotización a la Seguridad Social. Existente igualmente una limitación porcentual exige que no se puedan superar el que 5%.
4. Contrato por obra y servicio. Es el contrato concertado para circunscribir a un trabajador a un servicio específico, término de éste contrato se extingue con la indemnización de al 8 días por año. Debe especificar por tanto el nombre del cliente y el domicilio donde se prestará el servicio.
5. Contrato indefinido. Es el contrato que da una mayor estabilidad en la empresa y que se debe intentar potenciar dentro de la misma, en especial para el personal de administración. No tiene limitación como sucedía con los contratos anteriores pero en caso de despido improcedente, abonaran 20, o 45 se 33 días por año trabajado según diversos supuestos. Dentro de esta modalidad de contratación y para los diversos colectivos se contemplan bonificaciones a la Seguridad Social por la contratación de desempleados, así como subvenciones a fondo perdido dependiendo de la Comunidad Autónoma en que nos encontremos.
6. Contrato a tiempo parcial. Es aquel no cubre la jornada laboral que completa (menos de 40 horas), en él debe especificar obligatoriamente el horario de trabajo y que solo se podrá dividir en dos (ejemplo de 10 a 12 y de 18 a 20 horas).

El personal de nuestros franquiciados debe tener un gran sentido del trabajo, implicándose al máximo en su proyecto y buscando un alto grado de satisfacción por el cliente con el servicio concertado.

Pretendemos que nuestros centros, y bajo el consejo y asesoramiento del grupo de profesionales que configuran la red Fempsa se adecuen las contrataciones que deban realizarse a los tipos de contratación existentes y más convenientes según el caso concreto.

No obstante y en complemento de lo anterior, relacionamos aquí, no excluyentemente, algunas características y tipos de Relaciones Contractuales distintas para profesionales del sector tales como médicos y profesionales independientes, así como el sistema de contratación empleado en nuestra red comercial.

Sistema de Contratación Mercantil

Dentro de los sistemas de contratación existente y para aquellos supuestos que requieran de sus servicios, optaremos por la incorporación de un profesional Independiente que deberá cumplir con los requisitos siguientes:

- Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social, así como la obligación de encontrarse en todo momento al corriente de sus obligaciones con la misma.
- Realizar la facturación correspondiente en virtud de sus honorarios con retención del IRPF El IVA aplicable en cada caso.
- Llevar los libros de registro de ventas e ingresos así como el de compras y ventas en el que refleje fielmente los ingresos y gastos ocasionados por la realización de la actividad.
- La relaciones puramente mercantil, no existiendo relación laboral con la empresa, lo que se firmará un contrato al para efecto.
- No tiene limitaciones a su actividad y competencia, si no las que se expresen en el Contrato Mercantil antes mencionado por acuerdo de las partes.

Actualmente Fempsa tiene contratados y a disposición de sus franquiciados servicios de asesoría jurídica, económica y laboral, para cualquier aclaración sobre estos temas que pudieran surgir en cualquiera de sus centros.

Nuestra red tiene como objetivo el prestar Servicios Socio-Sanitarios con un estilo diferente, cuya calidad responde a la demanda de la propia clientela. Para ello es preciso que nuestros Franquiciados actúen de una manera profesional, un gran sentido ético, con como demanda el propio mercado.

Los Franquiciados como empresarios, tienen como tarea básica el lograr dichos objetivos, para ello se contará con la extensa colaboración del nutrido grupo de profesionales que configuran nuestra red.

No es preciso que el franquiciado, persona física o jurídica tenga la titulación o cualificación técnica profesional exigida para esta tarea. Si está presumido que el franquiciado buscará, según su caso, colaboración de la los profesionales necesarios para ello, aunque sí consideramos preceptiva un interés, dedicación y sensibilidad con las incidencias existentes en el sector de los Servicios Socio-Sanitarios.

Nuestros servicios están basados en un trato personal humano de calidad, y por lo que consideramos indispensable esta implicación en el sector así como en la problemática que le rodea.

Actualmente, y debido a las transferencia de competencias a las diferentes Comunidades Autónomas, entendemos que en un futuro puedan existir variaciones en la materia dentro de nuestro ámbito de actuación, por lo que les recomendamos estén siempre atentos a cualquier modificación que pudiera surgir, para lo que recomendamos encarecidamente un preparación profesional adecuada y adaptada a las necesidades del sector para poder dar cumplimiento a los requisitos que se puedan exigir así como dar el servicio solicitado a los clientes como demanda el estilo de conducta de la red Fempsa.

Los franquiciados de nuestra red tendrán plena independencia y autonomía para contratar cuántos diferentes seguros entiendan necesarios o convenientes para desarrollar su actividad, no

obstante ya la firma del contrato deberán haber contrato un seguro de Responsabilidad Civil con una compañía de prestigio (CASER) para evitar cualquier tipo de perjuicio de esta índole que pudiera surgir durante el transcurso de la relación contractual entre ambas partes, como en la relación existente así entre los franquiciados y sus clientes. Para ello los franquiciados cuando establezcan contratos de seguro, actuarán en su propio nombre y serán los únicos responsables o beneficiarios de los derechos u obligaciones que tales contratos originen.

Los franquiciados están obligados a operar de tal modo que cumplan con las leyes, reglamentos y normativas vigentes, tanto en el territorio español, como en el ámbito de su Comunidad Autónoma.

Así mismo están obligados a cumplir con los horarios, salarios y otros aspectos que su actividad comercial lleven aparejados.

Los franquiciados se comprometen a pagar puntualmente todo tipo de impuestos y tasas que les correspondan por la explotación de su negocio.

Los franquiciados deberán estar en posesión de cuantos certificados y licencias les sean necesarios para desarrollar su función en la localidad donde se encuentren situados.

En todo caso los franquiciados se regirán por el código de ética y los principios de buena fe que su actividad mercantil exige.

Los franquiciados están obligados a informar inmediatamente a Fempsa de todo Arbitraje, Proceso Civil o Penal en que se hallen incurso.

En los supuestos los Franquiciados deberán elaborar un informe en el que relacionarán:

- a) Motivos que han dado lugar al litigio.
- b) Partes y en qué calidad intervienen en el litigio.
- c) Acciones efectuadas.
- d) Evaluación del posible resultado del litigio y sus consecuencias.

Supuestos que requieren aprobación escrita de Fempsa: Será obligatorio para el franquiciado pedir autorización escrita a Fempsa en los siguientes supuestos:

- a) Efectuar un cambio de local.
- b) Efectuar un cambio de titular del contrato.
- c) Proceder a la apertura de oficinas temporales.
- d) Implantar un punto desplazado en su propia zona.
- e) Cierre del negocio.

Consideraciones quejas y reclamaciones legales:

Cliente-Franquiciado

El franquiciado está obligado a tener unos impresos del modelo legalmente establecido a disposición del cliente para incluir las quejas de los usuarios/clientes.

Paralelamente el franquiciado deberá remitir copia del escrito de reclamación efectuado por el Cliente a Fempsa.

Quejas y reclamaciones entre los franquiciados.

La actividad diaria puede llegar a producir pequeños conflictos en la operativa que se desarrolla en los diversos puntos de la red fempsa. Se le deba comunicar el conflicto a la central de fempsa para su resolución.

Incumplimientos:

Tipos de incumplimiento:

Los incumplimientos en que puede incurrir un franquiciado por su mala gestión, no cumplir con sus obligaciones o su mal nombre en el ámbito comercial, clasifican en:

- Incumplimientos leves

- Incumplimientos graves
- Incumplimientos muy graves.

Motivos por lo que se incurre en incumplimiento.

1. Incumplimiento leve: Se incurre en este tipo de incumplimiento en los siguientes casos:

- El displicente en cuanto al trato material equipos de la red.
- Incumplimientos relativos a la normativa sobre decoración de interiores y exteriores de las oficinas.
- Falta de diligencia en el mantenimiento o limpieza de las oficinas.
- Incumplimiento en los deberes de información con la franquicia
- Carencia de material de oficina, impresos o documentación necesaria para la debida atención a los clientes.
- Uso indebido de impresos para aquellos casos en que sea obligatorio el uso de los modelos homologados.
- Retraso en más de 15 días en el pago de las cuotas ordinarias o extraordinarias.
- Negligencia en la puesta al día de la información o en dar curso a la documentación que afecte a la red.
- Incumplir obligaciones aprobadas por la Junta Directiva, salvo que ésta las califique de graves.

2. Incumplimiento grave: Se incurre en incumplimiento grave en los siguientes supuestos:

- Incurrir en tres faltas leves en el plazo de dos meses.
- Incumplimiento de la sanción impuesta por falta leve en el plazo de 30 días desde su notificación.
- Impago de tasa en el periodo contractualmente establecido y cuotas extraordinarias aprobadas.
- Pérdida o deterioro grave de los equipos o materiales cedidos por la red debido a culpa o negligencia del Franquiciado

Realización de publicidad no ajustada a la normativa Fempsa:

- Haber recibido más de tres quejas justificadas por parte de clientes, debido a maltrato recibido en las oficinas de un Franquiciado o cinco en seis meses, siempre que se hayan presentado al Órgano designado las denuncias correspondientes y hayan sido sancionadas por éste.
 - Retraso en el abono de las cuotas de la Franquicia ordinarias o extraordinarias superior a tres meses.
 - Incumplimiento de los deberes de los socios establecido en los Estatutos Sociales.
 - Uso indebido de otros sistemas informáticos y publicitarios diferentes a los de la red.
 - El incumplimiento o de la normativa sobre horarios de funcionamiento de oficinas o tarifas aplicadas a los clientes.
 - El incumplimiento de la normativa establecida en éste código deontológico de la empresa.
 - La manipulación de los equipos y documentación de la red por personal ajeno a la misma, agrave, pasa siendo necesaria la homologación previa de los mismos.
 - Incumplir obligaciones aprobadas por la Junta Directiva, que las califique como tales.
3. Incumplimiento muy grave: Se incurre en este tipo de incumplimiento en los siguientes casos:
- Incurrir en tres faltas graves en el plazo de tres meses o cinco en el plazo de seis.
 - Incumplimiento de la sanción impuesta por falta grave en el plazo de 30 días desde su notificación.
 - Incumplimiento en la normativa legal que suponga una sentencia firme gravemente condenatoria para un Franquiciado.
 - Uso incorrecto de las marcas de la red, que puedan dar lugar a reclamaciones judiciales contra sus miembros.
 - Contraer deudas o compromisos en nombre de la marca.
 - La condena penal firme por delito doloso del empresario individual o representante legal asociado.

- El engaño, la falsedad y mala fe en el trato y gestión de servicios con clientes, vendedores.
- El incumplimiento de las normas que con este carácter apruebe la sociedad Fempsa y en especial las que se refieran a la expansión de la red.

4. Consideraciones Cuotas y tasas Económicas.

Canon de entrada:

Es una cantidad fija que el franquiciado paga una única vez en concepto de acceso a la red Fempsa Servicios Social y el momento de la firma, contrato de Franquicia, por el importe que en éste se fije.

Cuota Mensual

Corresponde al importe mensual que el franquiciado debe satisfacer por disponer de los servicios de Fempsa para el desarrollo de su negocio. El importe es variable y vendrá especificado en el contrato de franquicia.

5. Estilo Fempsa.

El estilo Fempsa, entiende que en la idea de negocio social, para poder ofrecer una oferta de servicios de calidad, debe estar representada y trabajada por verdaderos profesionales.

Únicamente este tipo de persona responsable y competitiva encaja en un sistema donde el franquiciado es, además de un gestor de negocio, un líder que oriente a su personal inculcándoles el orgullo de comportarse de manera ética y altamente profesional tanto hacia los usuarios/clientes como hacia el público en general.

Unas determinadas normas de conducta recogidas en este Manual Operativo, un trato preferencial hacia el usuario/cliente, la profesionalidad exigida al personal la franquicia junto con una oferta de servicios diferenciadores de son las claves del Fempsa.

Además, quien forme parte de Fempsa, tendrá la oportunidad de adquirir una completa metodología de trabajo, basada en nuestra propia experiencia de éxito, mediante diversos manuales y asesoramiento desde nuestros departamentos comerciales para poder desarrollar la ejecución de unos Servicios Socio-Sanitarios de alta calidad y claramente diferenciadores.

Ética

Con el objeto de mantener los más altos estándares de calidad profesional y ética, el franquiciado no sólo debe dirigir las actividades de su personal el si no también inculcarles el orgullo de comportarse en la realización de su trabajo diario con esa forma de hacer característica de Fempsa. Esto incluye ofrecer a los usuarios/clientes y público en general el más esmerado trato tanto en el ámbito profesional como personal.

Recuerde que la reputación, la imagen y la labor profesional de cada miembro afiliado a la red Fempsa, debe contribuir a mejorar el concepto que público tenga de la misma. Entienda que sus actitudes, como franquiciado individual, afectan directa e indirectamente al resto de franquiciados y, por extensión, a toda la empresa. De ahí que en beneficio propio y en el de los demás, deba mostrar y ejercitar siempre un comportamiento modélico.

Relaciones y colaboraciones con la comunidad

Su negocio está esencialmente basado en el con los ciudadanos de su trato comunidad. Por tanto es de gran importancia apoyar iniciativas de tipo cívico, participar en acontecimientos locales, colaborar con los programas benéficos, etc. En conjunción con el comportamiento ético en la actividad de su negocio, imagen que obtendrá con esas participaciones colocará a la su franquicia en una excelente posición de calidad de cara a la comunidad.

Su área primaria de responsabilidad es la zona geográfica que está determinada en su contrato de franquiciado, es decir la ubicación donde desarrollará habitualmente la mayor parte de su negocio. Por tal motivo, es una buena práctica para su actividad concentrar el propio esfuerzo y el del personal su cargo dentro de esta área primaria, e la con objetivo de proveer a sus

usuarios/clientes del máximo nivel de servicios y optimizar eficazmente los recursos disponibles. En esta área usted debe:

- Ser el que conozca el que mayor número de potenciales usuarios/clientes.
- Tener una buena imagen como profesional.
- Saber cuándo el usuario/cliente va a necesitar sus servicios y de qué tipo.
- Conocer perfectamente los servicios que usted ofrece y qué diferencias o similitudes tienen con la competencia.
- Ser el que opere un mayor número de servicios. Apoyar por todas las vías disponibles las necesidades de otros franquiciados de la red cuyos usuarios/clientes estén desplazados en su área primaria de responsabilidad.
- Ser el mejor y más rápidamente esté en condiciones de ofrecer los que Distintos servicios.

Trato con el usuario/cliente:

El trato al usuario/cliente es uno de los aspectos más importantes de nuestra actividad. Fempsa quiere implantar un estilo diferenciador de trato al usuario/cliente en toda la red y, para lograrlo, es esencial que todos y cada uno de los Franquiciados actúen del modo más profesional y cortés que pueda hacerse.

El franquiciado tiene la obligación de supervisar a todo su personal para que éste trate correcta, educada y profesionalmente a los usuarios/clientes. Estos deben sentirse en todo momento atendidos y recibidos de un modo exquisito. Hay que recordar que operadores de Servicios Socio-Sanitarios puede haber varios, que nosotros buscamos la diferenciación a través de una nueva oferta de servicios y de un trato esmerado al usuario/cliente. Para lograr nuestro cometido, habrá que cumplir unos mínimos en las distintas fases del desarrollo de nuestra actividad

Teléfono

Asegúrese de que su teléfono es siempre contestado rápida, cortés y correctamente. Debe comprobar que se realizan todos los esfuerzos necesarios para satisfacer las preguntas de sus interlocutores. Si el usuario/cliente desea contactar con algún miembro de la oficina y en ese

momento está ausente, hay que poner los medios para que sea ese mismo empleado el que a su regreso, preocupe de establecer contacto a la mayor brevedad se posible; debemos facilitar al usuario/cliente toda la actividad. El teléfono tiene que ser contestado con el nombre exacto de Fempsa, seguido de un saludo cordial y agradable, indicando a nuestro interlocutor en qué podemos ayudarle. Es muy aconsejable evitar que el teléfono suene más de tres veces, ello dará una imagen diligente a nuestros interlocutores.

Así mismo deberemos mantener un tono afable a lo largo de toda la conversación aunque nuestro interlocutor no lo esté haciendo así en ese momento.

Recepción de usuarios/clientes:

Cuando un usuario/cliente se acerca a una oficina de Fempsa, comienza a recibir una serie de "impulsos" de nuestra imagen de marca. Por ello es de capital importancia que desde el instante inicial se encuentra que ante nuestra franquicia y después cuando cruce la puerta esos "impulsos" sean positivos y le predispongan favorablemente hacia nosotros. El usuario/cliente no está viendo a "Don Fulano" o a la "Srta. Tal", si no que ve a un miembro de Fempsa, y nuestro comportamiento individual y eficacia de servicio le harán sentir un estilo diferenciador, le inclinará en que el futuro a seguir confiando sus operaciones a Fempsa. Así mismo, el gerente de la franquicia debe cuidar con escrupuloso celo la presencia física del personal, incluyendo una correcta forma de vestir, al igual que el modo rápido, agradable y eficiente de atender al usuario/cliente, esmerándose para que todo el personal mantenga un estilo de vestir y actuar afable, y profesional cualquier momento del serio en desarrollo de la actividad.

Entrevista con el usuario/cliente

Es importante que la persona que actúe como interlocutor en nombre de la franquicia ante el usuario/cliente, ofrezca una imagen de seguridad, conocimiento y rigor en lo que diga y en las soluciones que pueda aportar. Esta persona debe tener la capacidad de escuchar al usuario/cliente al tiempo que analiza la problemática que se le esté planteando. Téngase presente que en muchas ocasiones el usuario/cliente no llega con una idea clara del servicio exacto que necesita; ello nos impulsa a ofrecer un perfecto asesoramiento. No olvidemos que no vendemos únicamente servicios, que principalmente si no vendemos servicios altamente diferenciados que

son los que en realidad nos diferencia de la competencia. El empleado tiene que ser capaz de asimilar las ideas que vierte el usuario/cliente, a veces desordenadamente, para a continuación ofrecer distintas soluciones alternativas y satisfactorias para éste. La persona que mantiene la entrevista tendrá en todo momento una actitud interesada en el problema, siendo capaz de demostrar sus conocimientos técnicos, no dando en ningún instante la sensación de desconocimiento del mercado, poca profesionalidad, falta de sensibilidad o receptividad ante lo que le están refiriendo.

Profesionalidad del personal

El personal de una franquicia de Fempsa debe dar muestras claras de profesionalidad en el desarrollo de cada una de sus actividades laborales.

Para ello es necesario que tenga:

- Formación apropiada.
- Experiencia profesional

Teniendo como objetivo prioritario el dar un trato diferenciador a nuestros usuarios/clientes, Fempsa ofrece una serie de prestaciones complementarias a la simple intermediación de servicios, con el fin de facilitar al usuario/cliente la importante decisión que para él supone la toma de una decisión en cuanto a qué tipo de servicio contratar.

Paquete de prestaciones legales y fiscales

Es labor del franquiciado asesorar ampliamente e a los usuarios/clientes que acceden al servicio sobre temas como tipo de contrato, horarios, descripción del servicio, relación entre franquiciado y usuario/cliente, incluso si es posible algún tipo de deducción o rebaja fiscal su declaración de la renta.

Paquete de prestaciones económicas

Se dará consejo al usuario/cliente sobre las distintas posibilidades que puede haber para que se le facilite el servicio. Este aspecto es de suma importancia, pues correctamente planteado puede obviar una de las barreras más difíciles de superar a la hora de contratar un servicio: que va a costar. En este punto lo también cabe prestar ayuda en el tema referido a los seguros de vida, de accidente, de función que posea el de usuario/cliente, cuales le son más ventajosos, que compañías los gestionan, tiene duplicidad de servicios, si etc.

Servicios de post-venta

Una vez concluida nuestra intermediación, no se debe dar por acabada nuestra relación con el usuario/cliente, el por contrario tenemos que mantener un contacto directo y continuado con el mismo, y reiterarle nuestra ayuda y disposición para lo que fuese necesario. Esta actitud dará una excelente imagen de nuestra franquicia. Recuerde que un usuario/cliente satisfecho puede constituir nuestro mejor comercial.

Otros servicios

El usuario/cliente demanda una gama de servicios que nosotros prestamos, pero que suponen una serie de actividades complementarias que muchas veces suponen inconvenientes y preocupaciones para el usuario/cliente. Es en este momento cuando el franquiciado debe informarle exhaustivamente sobre los servicios contratados. Será necesario asegurarse que al Auxiliar que le estamos recomendando es exactamente el idóneo para esas tareas, pues de no ser así siempre quedará en la mente del usuario/cliente que se le aconsejó inadecuadamente, lo que en vez de potenciar nuestra imagen lo que haremos es deteriorarla.

Capacidad de trabajo en red

La red de Franquicias Fempsa permite un contacto inter-franquiciados asumible como hecho diferenciador de la competencia.

De éste modo podemos ofrecer un servicio a un usuario/cliente proveniente de otra zona distinta a la nuestra y que en ese momento resida temporalmente en nuestra área de actuación. Con solo cursar una petición a la central obtendremos todos los datos de servicios contratados

anteriormente por ese usuario/cliente así como características sanitarias, peculiaridades individuales, etc., y podremos contactar inmediatamente con el otro franquiciado encargado de prestarle ese servicio. De este modo ahorraremos tiempo, preocupaciones y dinero al usuario/cliente. Estas son las ventajas de trabajar integrados en una red como Fempsa.

Detalles al usuario/cliente

Los detalles con nuestros usuarios/clientes suponen una fidelización de los mismos beneficiosa para el Franquiciado y lógicamente para la red.

Cada Franquicia, podrá pensar en obsequios como llaveros, carteras, agendas, etc. y otros genéricos con los que obsequiar a sus usuarios/clientes, también tarjetas de felicitación navideña, onomásticas, de calendarios, etc.; en fin todo aquello que indique al cliente que nos satisface enormemente haberle podido prestar nuestros servicios y que esa relación se desarrolla en términos de calidad y satisfacción por ambas partes.

Dentro de nuestro estilo diferenciador de servicio al usuario/cliente creemos necesario reseñar aquí el Código de Conducta de los Operadores de Servicios Socio-Sanitarios vigente en toda la Unión Europea:

1. El profesional de Servicios Socio-Sanitarios deberá comprobar todos los datos pertinentes en relación con los servicios que presta, de manera que pueda cumplir con sus obligaciones sin error, exageración, malentendidos y ocultación de los datos pertinentes.
2. El profesional de Servicios Socio-Sanitarios que no esté debidamente cualificado, no podrá involucrarse en actividades que constituyan una práctica de la ley, debiendo recomendar un examen y asesoría legal fuese si del interés de una de las partes.
3. El profesional de Servicios Socio-Sanitarios deberá animar a la institución profesional que le haya contratado o de la cual dependa, a organizar cursos de formación y a publicar documentos especializados, revistas, periódicos, para permitir a todos los profesionales

del sector mantenerse actualizados en las cuestiones laborales y ofrecer al público en general informaciones adecuadas.

4. Cuando el profesional de los Servicios Socio-Sanitarios esté involucrado en prestaciones no éticas, deberá llevar a todos los datos pertinentes ante el tribunal adecuado para que juzgue y examine los hechos.

5. El profesional de Servicios Socio-Sanitarios no deberá desacreditar gratuitamente el negocio de un competidor. Si se le solicita su consejo deberá ofrecerlo con estricta integridad y cortesía profesional.

6. La participación en honorarios siempre deberá llevarse a cabo sobre una base establecida previamente, evitando con ello discusiones cuando se complete el servicio.

7. El profesional de Servicios Socio-Sanitarios deberá negarse a pagar comisiones a personal ajeno al sector de Servicios Socio-Sanitarios sin consentimiento expreso y por escrito del usuario/cliente.

8. El profesional de Servicios Socio-Sanitarios no puede negarse a realizar una asistencia laboral a ninguna persona por razones de raza, sexo, edad, creencias religiosas o políticas, estatuto marital o país de procedencia. Así mismo no podrá formar parte de ningún acuerdo destinado a discriminar a cualquier persona por las razones anteriormente expuestas.

6. Exposición del Código Deontológico

El presente Código Deontológico se configura como un conjunto de normas de obligado cumplimiento por parte de los franquiciados de las marcas y servicios prestados por Fempsa.

Fempsa de acuerdo con su obligación de velar por la correcta conducta ética de sus franquiciados, procede a elaborar esta normativa básica que regula las facetas relativas al funcionamiento de los mismos, así como la operativa entre ellos y con los usuarios/clientes, destinatarios éstos últimos de los servicios prestados por la red.

Este documento no desvirtúa ni deja sin efecto las obligaciones y deberes, incluso de naturaleza ética o profesional, derivadas de los contratos suscritos por cada uno de los Franquiciados con Fempsa.

Con esta normativa, pretende subrayar el deber ineludible que tienen los franquiciados de la red de alcanzar y mantener un alto nivel de calidad que desemboque en una cualificada prestación de servicios a los usuarios/clientes. La pertenencia a la red y su imagen de marca comporta ventajas pero también impone determinadas servidumbres a los franquiciados.

En particular supone el aceptar que cuando por parte de Fempsa se gestionen acuerdos y negocios cuyo alcance e interés sea mayoritario para la red, el franquiciado estará obligado a asumir el interés general, contra el en ningún caso podrá actuar.

Código deontológico

Artículo 1.- Las fuentes normativas que regirán los comportamientos de cada uno de los Franquiciados, de carácter o con los usuarios/clientes, bien serán:

- Código de conducta de los operadores de Servicios Socio-Sanitarios de la Unión Europea.
- El contrato de cesión de uso y servicios de Fempsa.
- El presente Código Deontológico.
- La normativa del Manual Operativo y demás Manuales.
- Los acuerdos adoptados en convenciones y asambleas.
- Los laudos dictados en caso de litigio entre los franquiciados.

Artículo 2.- Es obligación principal de todos los franquiciados el cumplimiento de toda normativa vigente (municipal, autonómica, estatal y comunitaria), referida a materias administrativas, laborales, fiscales y socio-sanitarias que afecten al mantenimiento de la Franquicia.

Artículo 3.- El franquiciado se obliga a prestar a los usuarios/clientes un trato y atención que manifiestamente suponga un hecho diferencial con las condiciones que ofrecen otros proveedores

de Servicios Socio-Sanitarios, con especial incidencia en la satisfacción de las necesidades del usuario/cliente.

Artículo 4.- El franquiciado no podrá contratar ni utilizar otros sistemas informáticos distintos que los suministrados por la red Fempsa, como tampoco podrá asociarse directa o indirectamente a otras así personas, entidades, o cualquier tipote red diferente a la anteriormente señalada.

Artículo 5.- El franquiciado se compromete específicamente a usar con lealtad y discreción los datos suministrados tanto por cualquier otro franquiciado como los depositados en la base de la red, y actuar con arreglo a lo estipulado en la legislación vigente sobre protección de datos de carácter personal.

Artículo 6.- El franquiciado única y exclusivamente podrá formarse él mismo así como sus trabajadores a través de los cursos programados por Fempsa, así como la obligatoriedad de aceptar todos aquellos cursos que le corresponda realizar según el cronograma anual formación.

Del respeto de los usuarios/clientes:

- 1.- El respeto hacia las personas con las que se trabaja impone al auxiliar de ayuda a domicilio a reconocer las diferencias y la individualidad de cada hogar, de nacionalidad, religión, opinión política o de formas desean de vida, asegurando a cada individuo la misma calidad de servicio y adaptando su propia forma de intervención.
- 2.- El auxiliar ejerce su profesión dentro del marco familiar, por ello debe respetara cada uno de los miembros, así como mantener el secreto profesional relación a cada uno de los mismos.
- 3.- El auxiliar debe abstenerse de modificar la situación del mobiliario y de los objetos sin permiso de los usuarios/clientes.

4.- El auxiliar debe medir las repercusiones que su actuación pueda causar en los familiares. Debe ser cuidadoso con el mantenimiento de bienes y objetos.

5.- Respecto al hogar del usuario/cliente importante evitar gastos innecesarios (luces encendidas sin necesidad, grifos abiertos, etc.)

Del secreto profesional:

1.- El auxiliar será una persona discreta en lo relativo a su trabajo tanto dentro como fuera de la casa.

2.- La discreción se basa en:

- Evitar comentarios sobre la vida personal.
- Mantener actitudes imparciales, evitando cualquier posicionamiento, tendencia o simpatía diferenciadora por ningún miembro de la familia.

3.- Está totalmente prohibido hablar de otros casos de trabajo con el usuario/cliente o sus familiares, así como con nuestras amistades o familia.

4.- Se debe ser prudente respecto a temas económicos externos a la propia administración del servicio.

5.- Nunca dar el teléfono particular a los usuarios/clientes, que esa actitud puede ya fomentar su dependencia hacia el auxiliar.

De la independencia y autonomía de los usuarios/clientes:

1.- Por su forma de intervenir el auxiliar de ayuda a domicilio se esforzará por preservar la independencia de las personas a las que atiende y promoviendo su autonomía:

- Compartiendo las tareas, evitando toda posición de superioridad o de familiaridad.
- No imponiendo sus propios valores si no sugiriendo diversidad de otros medios.

- Adaptándose, tanto como sea posible, a los comportamientos y hábitos de los usuarios/clientes.
- Dando a los menores de edad atenciones sin sustituir a sus padres.

2.- El auxiliar nunca impondrá sus propias opiniones sobre indeterminado aspecto, sino que sugerirá aquello que crea más oportuno y en todo caso utilizará sus conocimientos profesionales.

3.-El auxiliar debe aportar un clima de confianza y soporte moral.

Del trato con los usuarios/clientes:

- 1.- El trato demasiado familiar con los usuarios/clientes puede traer consecuencias negativas, entre ellas la pérdida de autoridad, respeto e independencia hacia los mismos.
- 2.- Esta prohibido solicitar ningún tipo de favor personal, tanto por parte del auxiliar, como por parte de los usuarios/clientes, ya que se pueden crear lazos de dependencia.
- 3.- Esta profesión no permite aceptar objetos o cualquier obsequio por parte del usuario/cliente, como tampoco la llave de sus domicilios (solo en el caso de que sea autorizado por el usuario/cliente por escrito y con conocimiento del responsable del servicio).
- 4.- Esta prohibido comer nada en el domicilio del usuario/cliente durante el servicio puesto que estaremos destinando parte del tiempo del servicio a una actividad que no es la que nos ha sido encomendada. También porque el hecho de comer en el domicilio puede ser utilizado como coacción o manipulación hacia los profesionales del servicio.
- 5.- El Auxiliar no puede negar sus servicios profesionales a ninguna persona por razones de raza, ideas políticas, creencias religiosas, sexo, estatuto marital, edad o país de procedencia. Así mismo tampoco podrá formar parte de cualquier acuerdo destinado a discriminar a una persona, por las razones arriba indicadas o cuales quiera otras.

Del posicionamiento del auxiliar de Ayuda a Domicilio:

- 1.-El auxiliar es un profesional una formación específica y es importante con hacer participe de esto a los usuarios/clientes y al entorno que lo rodea.
- 2.- Es labor de auxiliar dar a conocer a la empresa responsable y a las personas de las que depende jerárquicamente, las condiciones con las que trabaja para la calidad del servicio, los medios, así como los límites.
- 3.- En el caso de que puedan comprobarse errores o desviaciones en el comportamiento de los miembros de la familia con riesgo o peligro para ellos mismos, para los cohabitantes de la casa, o el para el propio usuario/cliente, el auxiliar debe hacer que cada uno tome conciencia de esos riesgos y ofrecer su ayuda profesional para remediarlos. En caso de persistencia de esos hechos o circunstancias, deberá notificarlo a sus superiores para que pongan en marcha las medidas de protección previstas en la legalidad vigente.

Sobre los objetivos

- 1.- El auxiliar deberá tener un trato diferenciador en cada uno de los hogares que intervenga, pues se persiguen unos objetivos de eficacia diferentes según los intereses de cada usuario/cliente.
- 2.- El auxiliar deberá hacer uso de su diario de campo en el que, de forma objetiva y sistemática, haga constar por escrito todo aquello que considere relevante de los servicios que presta. Le ayudará a evaluarlos objetivos y el proceso que está llevando a cabo. Es una forma de recogida de información sistemática, puede servir para comprobar si cumplen los que se objetivos o recordar las intervenciones que se realizaron.

Sobre la responsabilidad del auxiliar de Ayuda a Domicilio:

- 1.- El auxiliar de ayuda a domicilio es responsable de sus métodos de trabajo, de la forma de sus intervenciones y del tipo de relación que lleve con el usuario/cliente.
- 2.- El auxiliar deberá informar a sus superiores de todos los acontecimientos que se produzcan con respecto al y tengan relevancia para el caso mismo.
- 3.- El auxiliar nunca permanecerá solo en el domicilio del usuario/cliente, si quiera ni aunque éste se lo solicite.
- 4.- Si el auxiliar maneja dinero de los usuarios/clientes para la realización de compras siempre lo justificará con los debidos tickets o facturas.

- 5.- El auxiliar nunca podrá figurar en cuentas o cartillas bancarias de los usuarios/clientes ni como heredera de sus bienes o pertenencias. Esta norma se extenderá en el tiempo incluso cuando el auxiliar haya dejado el servicio
- 6.- Las faltas de asistencia deberán comunicarse con la mayor antelación posible, para que tanto la entidad contratante como la familia tome las medidas oportunas a tal efecto.
- 7.- En caso de delegación de responsabilidades respecto a un servicio deberemos notificar nuestra renuncia con quince días de antelación, y en ningún caso podremos continuar realizando el mismo servicio de forma particular e independiente.

Sobre la actitud del auxiliar de Ayuda a Domicilio

- 1.- Es importante que el auxiliar muestre una serie de ayudas complementarias entre sí, como pueden ser sensible y fuerte, comprensivo y estricto, etc.
- 2.- El auxiliar debe ser una persona con inquietudes y en constante búsqueda de la ampliación de conocimientos, evitando el estancamiento profesional.
- 3.- El auxiliar debe estar interesado en el perfeccionamiento de sus técnicas profesionales durante toda su carrera y colaborar con el progreso de su formación.
- 4.- El auxiliar será una persona pulcra y meticulosa respecto a su higiene personal, sirviendo de ejemplo o modelo a seguir por el usuario/cliente.

De la seguridad e higiene en el trabajo:

- 1.- Si existieran comportamientos que pusieran en riesgo al auxiliar, al usuario/cliente o a terceras personas, deberá comunicárselo de inmediato a su superior jerárquico en el servicio.
- 2.- El auxiliar deberá lavarse las manos al iniciar cada servicio.
- 3.- El auxiliar debe estar identificado con una tarjeta que le proporcionará la entidad responsable del servicio.
- 4.- Es preceptivo que el auxiliar utilice el uniforme reglamentario, así como guantes comunes de limpieza para las tareas de mantenimiento del hogar y guantes sanitarios para los aseos personales, así como para las movilizaciones del usuario/cliente.

5.- El auxiliar nunca administrará medicamentos si sus superiores no lo han acordado previamente con el usuario/cliente. Cuando así este establecido deberá informarse de las características de las enfermedades de los usuarios/clientes y de los tratamientos prescritos para éstas.

6.- Esta prohibido fumar en el domicilio de los usuarios/clientes, el pues tabaco es un habito nocivo perjudicial tanto para él como para el auxiliar.