



ÍNDICE

• I. Introducción	pg. 2
A. Objetivo del Manual	pg. 2
B. Historia de la Empresa	pg. 2
C. Visión	pg. 2
• II. Personal	pg. 3
A. Organigrama	pg. 3
B. Código de Conducta	pg. 3
C. Imagen del Personal	pg. 4
D. Descripción del Puesto	pg. 4
E. Flujograma de Actividades Diarias	pg. 7
F. Evaluación	pg. 8
G. Capacitación	pg. 8
H. Ambiente Laboral	pg. 9
• III. Producto	pg. 9
A. Cortes de Pollo	pg. 9
B. Listado de Productos por Expendio	pg. 9
C. Manejo del Producto	pg. 10
D. Manejo de Inventario y Resurtido	pg. 11
E. Producto Fuera de Especificación	pg. 11
• IV. Ventas	pg. 12
A. Estrategias de Ventas	pg. 12
B. Establecimiento de Objetivos	pg. 13
C. Clientes	pg. 14
a. Atención a Clientes	
b. Manejo del Portafolio de Clientes	
D. Preguntas Frecuentes	pg. 14
• V. Plaza	pg. 15
A. Imagen	pg. 15
B. Orden y Limpieza	pg. 15
C. Equipo por Expendio	pg. 16
▪ Capacidades de Producto por Equipo	
D. Layout de Productos	pg. 16
E. Permisos	pg. 17
F. Manejo del Fondo	pg. 17
G. Mantenimiento General	pg. 18
• VI. Formatos y Bitácoras	pg. 18
A. Formato de Control de Temperaturas	pg. 18
B. Formato de Portafolio de Clientes	pg. 19
C. Calendarios de Mantenimiento	pg. 19
D. Programación Semanal	pg. 20

I. INTRODUCCIÓN

A. Objetivo del Manual

Este manual tiene como objetivo el orientar al personal de expendios en el cumplimiento de sus labores cotidianas, así como el resolver de manera clara y sencilla las dudas que pueda llegar a tener en el desempeño de su trabajo tanto el Jefe de Expendio como el Auxiliar de Expendio.

B. Historia de la Empresa

En el año de 1953 en la Comarca Lagunera, don Manuel R. Villegas Torres decidió instalar una pequeña granja de aves con el objeto de estudiar las características de las mismas. Dos años después crea, bajo un concepto de alta calidad y genética especializada, la granja “El Trasgo” con 30,000 aves, la cual es orientada en su inicio a la producción de huevo comercial.

La calidad de los productos hizo posible el crecimiento de la empresa, con nuevas granjas, una planta de alimentos y una incubadora. En 1973 se desarrolló un gran complejo avícola en Mapimí, Durango. Y nace un moderno y funcional rastro de aves con lo cual la producción se orienta hacia el pollo de engorda.

En 1987 se inicia un proyecto cuyo objetivo sería el de procesar y deshuesar carne de pollo en múltiples presentaciones para el consumo nacional y de exportación. Ese mismo año se invitó a participar en el proyecto de procesamiento y deshuesado de carne de pollo al principal procesador de pollo a nivel mundial, la Cía. “Tyson Foods” quien en 1994 se asocia al grupo Trasgo.

En 1998 se consolida la empresa Tyson de México. Actualmente el Grupo Tyson cuenta con aproximadamente 5000 empleados y procesa más de 130 millones de kilos de pollo por año en diferentes presentaciones para el mercado nacional e internacional su objetivo es el incrementar estas cifras año con año.

C. Visión

TYSON DE MEXICO

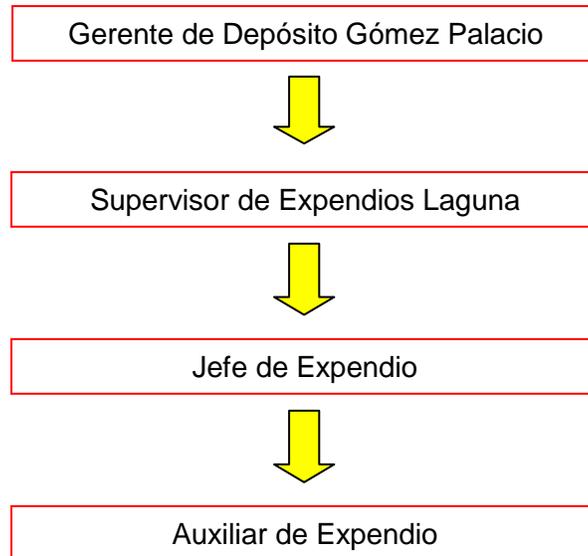
“SER LA PRIMERA OPCION EN LA ALTERNATIVA ALIMENTICIA MUNDIAL,
MAXIMIZANDO EL RENDIMIENTO PARA NUESTROS ACCIONISTAS”

EXPENDIOS TYSON

Ofrecer productos de la mejor *calidad* a buen *precio*, con un *trato excelente* y un *ambiente agradable*, en puntos estratégicos al alcance de todo tipo de consumidores.

II. PERSONAL

A. Organigrama



B. Código de Conducta

Llevaremos a cabo nuestras acciones siempre con *respeto* y pensando en una *convivencia sana* con nuestros compañeros, nuestros clientes y nuestra empresa. Por ello es necesario tener siempre en mente lo siguiente:

1. Tenemos como compromiso el *cuidado* arduo de la *imagen* de nuestra empresa, siendo nosotros mismos consumidores fieles de sus productos, convencidos de que los mismos se producen con las normas de más alta calidad.
2. *Resguardaremos* celosamente toda *información* de la empresa que tenga que ver con su funcionamiento ya que es propiedad de la misma.
3. Enfocaremos toda nuestra atención en el desempeño de nuestro trabajo poniendo todo nuestro *esfuerzo* en el mismo durante el horario establecido.
4. Buscaremos obtener en todo momento los mejores precios y condiciones para la empresa, no aceptando descuentos, obsequios, o algún beneficio que ponga en riesgo la integridad de nuestra empresa.
5. En caso de que el trabajador tenga otra fuente adicional de ingresos, no podrá haber relación comercial alguna entre ambas.
6. Los útiles, materiales y herramientas de trabajo que se suministran, son para el uso *exclusivo* de las actividades de la empresa.

El cumplimiento de las normas antes mencionadas, generan una *relación transparente* de trabajo entre todos los que integramos al grupo Tyson.

C. Imagen del Personal

Nos presentaremos en el punto de venta con una imagen impecable de limpieza, bien *aseados*, *afeitados* y con el *uniforme completo y limpio*; estando el Jefe de Expendio al tanto de que su auxiliar lo lleve a cabo.

Recordemos siempre no sólo manejar nuestro expendio con la mayor limpieza posible sino ser un reflejo de la misma ante nuestros clientes.

* Ver anexo 1 (Imagen correcta del personal; uniforme)

D. Descripción del Puesto

Jefe de Expendio

Encargado de la *operación* diaria del expendio. Se apoyará en un auxiliar quien lo ayudará a mantener el expendio siempre en las mejores condiciones de *limpieza y organización*. Entre sus tareas se destacan las siguientes:

- Apertura y cierre del expendio.

EXPENDIO	Lunes-Sábado	Domingo
Abastos	6:00 a 3:00 p.m.	7:00 a 1:00 p.m.
Centro Gómez	7:00 a 3:30 p.m.	8:00 a 1:00 p.m.
Florencia	8:00 a 4:30 p.m.	8:00 a 1:00 p.m.
Lerdo	7:00 a 3:30 p.m.	8:00 a 1:00 p.m.
Revolución	7:30 a 4:00 p.m.	8:00 a 1:00 p.m.
Rosita	8:00 a 4:30 p.m.	8:00 a 1:00 p.m.
Zona Industrial	7:00 a 4:00 p.m.	7:30 a 1:00 p.m.

- *Monitoreo* de las condiciones generales del expendio; Es decir, cuidar que cada detalle relativo a la limpieza, imagen, manejo del producto, manejo de las finanzas, desempeño del auxiliar, papelería y operaciones en general que se llevan a cabo en el expendio, se cumplan con de la mejor manera posible.
- *Rotación* de inventario.
Le daremos a nuestro producto una rotación bajo el sistema P.C.P.S. (Primeras Caducidades Primeras Salidas), con esto nos referimos a que nos aseguraremos que el producto con la caducidad más próxima se venda primero y lo acomodaremos de tal manera que sea el más accesible para el cliente.
- Ventas y atención a clientes

- Corte de caja

Procedimiento:

1. Cerrar la ventana del punto de venta en la cual se realizan los cobros.
 2. Presionar la opción de “Cierre de Caja” situada en la pestaña de documentos.
 3. Elegir la opción “Guardar y Cerrar” de la ventana que aparece.
 4. Abrir la pestaña de reportes y elegir la opción Corte de Caja e imprimir; después en la misma pestaña elegir la opción Ventas del Corte e imprimir; finalmente en la misma pestaña elegir la opción Cobros del Corte e imprimir.
 5. De nueva cuenta debajo de la opción documentos presionar en la opción de “Apertura de Caja” y después en la opción Nuevo. Aparece una pantalla en la que se debe presionar Intro y teclear la cantidad de \$500 en el espacio que se permite o de \$1,000 en el caso del Expendio Abastos lo que representa el fondo del expendio. Después Guardar y Cerrar.
 6. Finalmente para poder volver a realizar cobros elegir la opción de Ventas de Mostrador en el apartado de documentos.
 7. Después de haber realizado el corte de efectivo habrá de llevarse a cabo el cierre de tarjetas. Para ello es necesario preguntar la clave a ingresar en la Terminal e ingresarla para obtener el corte de tarjetas.
- *Verificación* de entrega correcta de pedido
 - Re surtimiento de producto
El Jefe de Expendio definirá los productos necesarios para el siguiente día y hablará (ya sea él o el Auxiliar de Expendio) por teléfono al depósito antes de las 2 p.m. para colocar su pedido del día siguiente asegurándose de surtirse con el producto suficiente para sus necesidades y de acuerdo a sus programaciones.
 - Control y calendarización de servicios
(Fumigaciones, mantenimiento de equipos de enfriamiento, calibración de básculas)
 - Llevar a cabo la papelería diaria.
 - Elaboración de requisiciones de papelería y Pagesa, y entrega el día 20 de cada mes.
 - *Identificar oportunidades* relativas a incrementar la variedad de productos a vender en el expendio.
 - Identificar oportunidades de ajustes de precio buscando el mayor volumen de venta y rentabilidad de la operación del expendio.
 - *Conocer* a detalle las características de los productos que se venden en el expendio.
 - Recomendar las promociones que estime puedan ser más exitosas.

Las tareas antes mencionadas no limitan de ninguna manera las funciones a realizar por el Jefe de Expendio para cumplir con su objetivo de lograr la

mejor rentabilidad del expendio a su cargo, todo esto con la ayuda de su auxiliar.

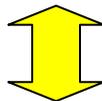
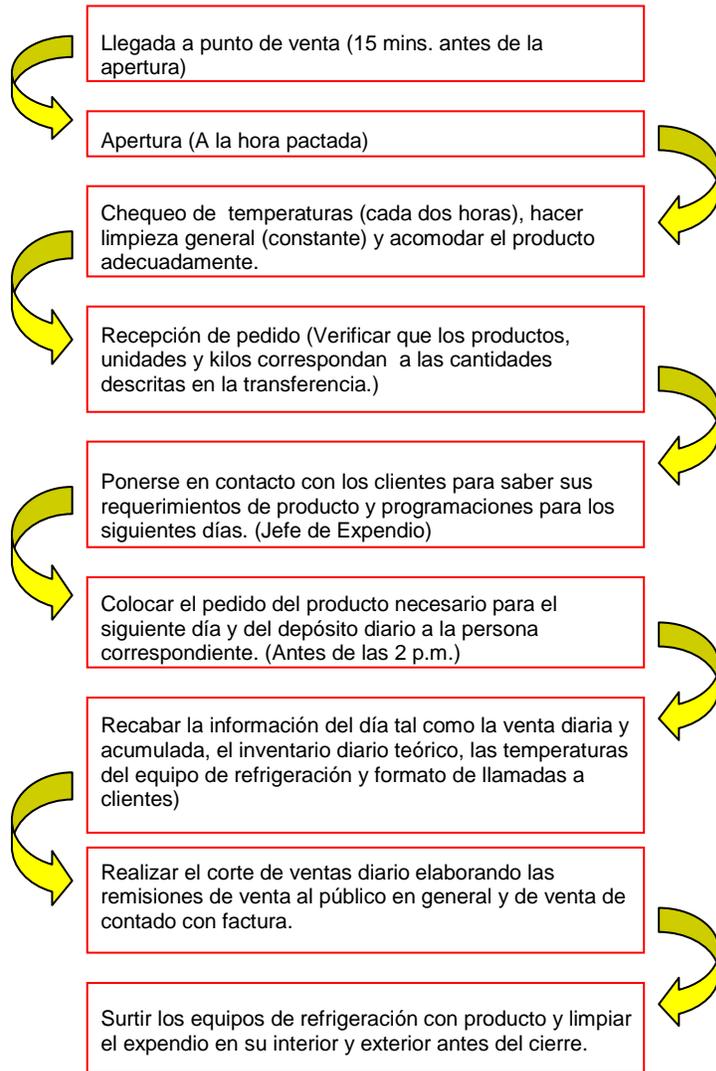
Auxiliar de Expendio

Deberá mantener siempre en las *mejores condiciones* tanto al expendio como en el manejo del producto. Entre sus tareas se destacan:

- Apoyar al Jefe de Expendio en la apertura y cierre del expendio.
- Limpieza constante del expendio.
- Ayudar al repartidor a descargar el producto de manera ordenada y pensando siempre en el manejo óptimo del mismo.
- Apoyar al Jefe de Expendio en las tareas cotidianas con el fin de lograr los objetivos de venta y generales del expendio.
- Dejar todo el producto en orden y el expendio en las mejores condiciones antes del cierre.
- Atención a clientes
- Conocer las características de los productos que se venden en el expendio.

Las tareas antes mencionadas no limitan de ninguna manera las funciones a realizar por el Auxiliar de Expendio.

E. Flujograma de Actividades Diarias



Durante el transcurso del día se tomará la temperatura de los equipos de refrigeración recabándola en los formatos correspondientes.

La *limpieza* se deberá llevar a cabo durante *todo el día* por parte del auxiliar para dar la mejor imagen y servicio a cada cliente que asista.

Por parte del Jefe de Expendio, así como del auxiliar se ofrecerá un *excelente servicio* al cliente cotidianamente y sin excepción.

F. Evaluación

Las siguientes preguntas nos ayudarán como guía para *autoevaluarnos* y saber los parámetros con los que seremos evaluados.

- ¿*Promuevo* los productos de la compañía de una manera tal que logro sobrepasar las ventajas potenciales del competidor y explotar sus debilidades?
- ¿*Conozco* las necesidades de mis clientes y busco la manera de satisfacerlas con mis productos o servicio?
- ¿*Doy seguimiento* a la venta para asegurar la satisfacción del cliente?
- ¿Tengo *disponibilidad* y me adapto a los cambios en la operación diaria?
- ¿*Identifico* tendencias en el mercado?
- ¿Trabajo en *equipo* con mis compañeros para lograr el beneficio de la empresa?
- ¿Estoy *consciente* de mis objetivos y desarrollo *estrategias* para lograrlos?
- ¿Utilizo diversos medios todo con el fin de lograr un *acercamiento* con el cliente?
- ¿*Entiendo* las características de mi producto y servicio, sus capacidades y limitaciones?
- ¿Demuestro un *sentido de urgencia* para resolver los problemas del cliente?
- ¿Tengo *iniciativa* para la solución de problemas?

Teniendo en cuenta estos puntos tendremos un mejor *enfoque* hacia nuestro trabajo y metas.

G. Capacitación

A todo personal de nuevo ingreso se le instruirá mediante la visita de diferentes expendios en sus primeros días con el fin de que obtenga un enfoque global del funcionamiento y los diferentes tipos de consumidores que tenemos. También a bordo de la ruta de expendios para que adquiera el conocimiento del producto desde su salida hasta su entrega al último consumidor.

Asistirá de la misma manera al curso de inducción a la empresa cuando sea posible para que se le instruya sobre el funcionamiento general de la empresa, así como de las normas, prestaciones y condiciones de la misma.

Apoyaremos al personal de expendios para que el mismo participe en cursos y seminarios ofrecidos por la misma empresa para su crecimiento y adquisición de nuevos conocimientos que ponga práctica en el punto de venta.

H. Ambiente Laboral

Promoveremos siempre una relación sana con nuestros compañeros de trabajo teniendo en cuenta en todo momento el respeto hacia los demás así como una comunicación clara para evitar problemas que puedan afectarnos personalmente y en el desarrollo de nuestras labores cotidianas. Seguiremos la siguiente “Regla de Oro” para lograr un mejor clima de trabajo:

“Trate a los demás como Usted quisiera ser tratado, no importando cuál sea su posición en la vida.”

III. PRODUCTO

A. Cortes del Pollo

- Conoceremos los distintos cortes que se realizan para tener un mejor entendimiento de nuestro producto.

* Ver anexo 2

B. Listado de Productos por Expendio

A continuación se muestra la lista de productos que se manejan por expendios. Existen algunas variaciones en los manejos debido a factores como la ubicación del expendio, el tipo de clientela que lo visita y las características del local.

EXPENDIO		FLO	ROS	ZONA I	ABA	GMZ	REV	LDO
LINEA DE PRODUCTOS FRESCOS								
CODIGO								
20	POLLO TIPO SUPERMERCADO TYSON	X	X	X	X	X	X	X
200/201	ROSTICERO BCO.	X	X	X	X	X	X	X
202-205	POLLO TIPO ROSTICERO LINEA	X	X	X	X	X	X	X
316	PECHUGA FCA. BCA. GRANEL	X	X	X	X	X	X	X
891	PIERNA Y MUSLO FCA. GRANEL	X	X	X	X	X	X	X
874	MUSLO CORTE AMERICANO FRESCO			X	X	X	X	X
1333	MENUDECIA BCA. CNG. .250 GR.			X	X	X	X	X
1340	CUELLO BCO. CNG. .500 GR.			X	X	X	X	X
1370	PATA BCA. CNG. .500 GR.			X	X	X	X	X
1390	MOLLEJA CNG. .500 GR.			X	X	X	X	X
1400	HIGADO CNG. .500 GR.			X	X	X	X	X
1410	POLLO TROCEADO CNG. 2 K.			X	X	X	X	X
LINEA EMPLOYADOS TYSON								
CODIGO	PRODUCTO							
540	PECH. TYSON C/H P/2 EPL 3P.	X						
544	PECH. TYSON S/H S/P EPL 2P	X						
547	FILETE TYSON EPL 2P	X						
944	PIERNITA TYSON EPL 3P	X						

947	MUSLO TYSON EPL 3P	X						
940	PYM TYSON C/RAB EPL 3P	X						
1140	ALA TYSON 1 PZA. EPL 3P	X						
1345	CUELLO TYSON BCO FCO EPL 3P	X						
1382	PATA TYSON EPL BCA FCA 3P	X						
1394	MOLLEJA TYSON EPL 3P	X						
1396	HIGADO TYSON EPL 3P	X						
LINEA RETAIL TYSON								
CODIGO	PRODUCTO							
TYSON	MARCA TYSON							
288	ROCK CORNISH	X	X	X				
561	PECHUGA TYSON S/H S/P 24/ 950 G	X	X	X	X	X	X	X
562	1/2 PECH. TYSON C/H	X	X	X				
884	PIERNITA TYSON C/H 24 /950 G	X	X	X	X	X	X	X
886	PYM TYSON C/AMERICANO 8/3.30 K	X	X	X				
3009	PECHUGA CALIFORNIA TYSON 24/950	X	X	X	X	X	X	X
3052	FAJITAS ADOBADAS TYSON	X	X	X	X	X	X	X
3104	RANCH. LEGS TYSON 8/1.81 KG	X	X	X	X	X	X	X
3176	RANCHERO WINGS TYSON	X	X	X	X	X	X	X
4776	PECH. EPZ PIC. TYSON 8/1.81KG	X	X	X	X	X	X	X
6279	HAMBURGUESA CON JALAPEÑO	X	X	X	X	X	X	X
6293	CORDON BLEU TYSON 16/1.19 K	X	X	X	X	X	X	X
6317	NUGGETS DE PECH. TYSON	X	X	X	X	X	X	X
6318	HAM. DE PECH. TYSON 24 / 950 G.	X	X	X	X	X	X	X

La lista de productos a manejar por cada expendio puede ser cambiada a solicitud del Jefe del Expendio previos argumentos de su propuesta. En función de los resultados obtenidos podrá o no mantenerse la nueva lista.

C. Manejo del Producto

Para su manejo, nuestros productos se dividen en dos categorías principales, productos congelados y productos frescos. Cada uno de estos tiene características diferentes por lo cual se le debe tener en condiciones particulares como se describe a continuación:

- Productos Congelados:** La temperatura óptima a la que se deben encontrar estos productos es de -18 ° C para abajo. Al mantener siempre el producto en estas condiciones se respeta la fecha de caducidad que trae el mismo sin problema alguno. Sin embargo, si existe un mal manejo del mismo, perderá su calidad y puede echarse a perder.

*(Todo producto congelado que sufra descongelación deberá ser previamente evaluado antes de ponerlo disponible a la venta. Es un hecho que productos empanizados que hayan sido descongelados y vueltos a congelar ya han perdido sus cualidades y no son aptos para venta como un producto normal.)

- Productos Frescos: Para estos productos la temperatura ideal a la que se deben mantener es de 4 ° C; con ello se logra el propósito de ofrecer un producto fresco al cliente y tener el menor riesgo de echarse a perder. En el caso de los productos *empleado*s lo ideal es no rebasar los 2 ° C.

Ambos tipos de producto deben ser manejados con *limpieza* (sobre todo los frescos, por su presentación a granel, mantenerse *siempre fríos* y desplazarse con *rapidez*.

D. Manejo de Inventario y Resurtido

Diariamente tendremos conocimiento del inventario teórico que existe en nuestro expendio. Cada mes se realizaremos un inventario físico para el cierre en donde podremos cotejar nuestro inventario teórico con el físico.

- Es importante que manejemos siempre nuestro producto bajo el sistema "P.C.P.S.", *Primeras Caducidades Primeras Salidas* para no tener el riesgo de que nuestro producto se eche a perder y entregarlo siempre con la mejor calidad Tyson.
- Verificaremos diariamente la fecha de caducidad de los productos congelados para asegurarnos de que los mismos están dentro del rango. En lo que respecta a los productos frescos, nos aseguraremos de que estos tengan máximo siete días de haberse producido (a decir por la fecha de la ferva en la cesta), tomando en cuenta que salieron de almacén un día después de su producción, entregándose ese mismo día.
- Tendremos programados los productos de nuestros clientes frecuentes para tener un mejor control del resurtido y evitar estancamiento de producto en el expendio y la puesta en riesgo de las características del mismo.

E. Producto Fuera de Especificación

Qué hacer en cada caso de...

- Recibir producto de peso fijo fuera de rango: Hacerlo del conocimiento del Supervisor de Almacén y Jefe de Expendios para realizar una devolución del producto o de la diferencia del peso real contra el marcado.
- Recibir bolsas dañadas: En caso de recibir bolsas dañadas hacer una devolución al almacén poniendo al tanto al Supervisor de Expendios y al Jefe de Almacén para que vea de que forma puede manejarse ese producto.
- Cajas Dañadas: En caso de que el producto se venda en caja y ésta venga dañada, hacer la devolución a almacén, sin embargo si la caja está dañada pero el producto se vende en bolsas no representa ningún problema. Es importante que se verifique en caso de que se contenga producto por bolsa en la caja dañada que venga el número completo de bolsas.

- Recibir producto echado a perder desde almacén: Hacer de inmediato un cambio y revisar las condiciones del producto para ver si existe una causa más allá del mal manejo que se le pudo haber dado. Hacerlo del conocimiento del Supervisor de Expendios para que este de seguimiento, tanto al origen del mismo, como al servicio al cliente.
- Recibir cajas abiertas: Contar de inmediato las bolsas que contiene la caja para asegurarse de que la caja esté completa. En caso de que no lo esté avisar lo más pronto posible al Supervisor de Expendios y Jefe de Almacén para dar con la causa del faltante y tomar las medidas necesarias.

IV. VENTAS

A. Estrategia de Ventas

A continuación se enlistan diferentes acciones que llevaremos a cabo para lograr incrementar nuestras ventas y la satisfacción de nuestros clientes. A estas les llamaremos las 4 C's de la venta.

1. *Crear* nuevos clientes leales no sólo en el punto de venta, sino utilizando nuestro tiempo para visitar a posibles clientes ofreciéndoles nuestros productos y ventajas competitivas.
2. *Contactar* a nuestros clientes actuales al menos una vez por semana antes del día de su compra (según la programación) para asegurar la venta del producto y ofrecerle alguna promoción existente en el expendio.
3. *Consentir* a nuestros clientes en todo momento ofreciéndoles el mejor servicio. En cada expendio recibimos el producto con la calidad que ofrece Tyson, por lo que queda en nuestras manos el ofrecer la misma calidad en el servicio.
4. *Conocer* ampliamente nuestros productos y beneficios de los mismos. A continuación se presentan algunos argumentos de venta para respaldar nuestros productos.

TYSON	PRODUCTOS FRESCOS	PRODUCTOS PARCIALMENTE COCINADOS	PRODUCTOS TOTALMENTE COCINADOS	PRODUCTOS I.Q.F.
Liderazgo de Marca – Somos la empresa líder mundial.	Cuentan con la mayor frescura posible.	Preparación rápida.	Preparación rápida.	Significa congelado, individual y rápido.
Enfoque de mercado – Nos adecuamos constantemente a las necesidades del mercado.	Llegan a nuestros expendios sólo un día después de haber sido sacrificados.	Comodidad para el consumidor debido a que tienen una preparación previa.	Comodidad para el consumidor debido a que tienen una preparación previa.	Estos productos son congelados y procesados durante las primeras horas de su elaboración.
Innovación – Somos líderes en la creación de nuevos productos.	Todo el proceso está regulando por las normas más estrictas de higiene.	No se necesitan descongelar.	No se necesitan descongelar.	No se necesitan descongelar.
Alimentos sanos y seguros –Llevamos a cabo todos los procesos con la mayor higiene posible.		Poco tiempo de cocinado.	Ya está previamente cocinado, sólo necesita algunos minutos en un sartén o microondas para estar listo.	Poco tiempo de cocinado.
Responsabilidad ambiental - Cumplimos en su totalidad las normas ecológicas.		Gran variedad de productos.	Gran variedad de productos.	Ofrece el sabor del pollo congelado en fresco.
Responsabilidad social – Nos sentimos comprometidos con la seguridad de nuestra comunidad.		Diferentes presentaciones para los productos.	Diferentes presentaciones para los productos.	Diferentes presentaciones para los productos.

B. Establecimiento de Objetivos

El Supervisor de Expendios junto con el Gerente de Depósito fijarán objetivos mensuales tomando en cuenta las ventas de años anteriores en esa misma plaza, así como la tendencia de crecimiento y potencial de la misma.

Se darán a conocer estos objetivos los primeros cinco días del mes en una junta con los Jefes de Expendios para hacerles saber los resultados del mes anterior, así como los objetivos del mes en curso.

C. Clientes

a. Atención a Clientes

Uno de nuestros enfoques principales son nuestros clientes, así como lo son nuestros accionistas y personal. Por lo tanto es de vital importancia ofrecer la mejor atención y servicio hacia los mismos.

- Recibiremos siempre a nuestros clientes con un *saludo* amable y poniéndonos a sus órdenes.
- *Escucharemos* las peticiones de nuestros clientes y obtendremos información sobre cualquier observación o inquietud del mismo.
- *Ofreceremos* a nuestros clientes nuestra variedad de productos acompañado de una explicación de las presentaciones y beneficios de cada uno de ellos.
- *Entregaremos* el cambio exacto a nuestros clientes; en caso de no contar con el mismo arreglarlo con el cliente para no tener ningún problema.
- Ayudaremos a nuestros clientes a subir su mercancía a su vehículo.
- *Contactaremos* a nuestros clientes al menos una vez por semana para saludarlos y saber sus necesidades de producto.

Cualquier servicio adicional que se considere adecuado se puede proponer y poner en práctica con el fin de mejorar nuestra atención a clientes.

b. Manejo del Portafolio de Clientes

Tendremos en cada uno de nuestros expendios una agenda con los datos de nuestros clientes. Sabremos su nombre, ubicación y teléfono y el producto que compra, así como la cantidad y frecuencia de acuerdo a lo programado. De la misma manera llevaremos un formato para tener un mejor control del contacto que se tiene con nuestros clientes semanalmente. En este incluiremos sus datos, el día en que se contactó, si se visitó o se le llamó por teléfono, el producto que consume y el resultado que se obtuvo.

D. Preguntas Frecuentes

Qué hacer en cada caso de...

- Recibir quejas de algún cliente – Pedir una explicación amplia del motivo de la queja y *escuchar* al cliente, tratando siempre de dar una solución al mismo tomando responsabilidad a nombre de la empresa. En caso de que la solución esté fuera del alcance del Jefe de Expendios se solicitará al cliente su teléfono indicándole que se le dará el seguimiento adecuado a su queja y se le contactará para darle una resolución.
- Que un cliente quiera devolver producto – En caso de que el producto esté echado a perder o tenga algún daño en su empaque la

devolución se debe llevar a cabo, siempre y cuando se inspeccione la validez de la devolución y se haga el cambio de producto.

- Recibir una petición de negociación de precio por parte de un mayorista – El Jefe de Expendio tendrá que pedir autorización de la negociación de algún precio al Supervisor de Expendios dándole la información sobre la frecuencia que se efectuará la compra, el cliente del que se trata, el volumen de compra y el producto del que se trata. En este caso el supervisor tendrá la información necesaria para tomar alguna decisión.

V. PLAZA

A. Imagen

La imagen que manejamos en los expendios de Tyson debe ser lo más similar posible de expendio a expendio. A pesar de que los expendios cuentan con diferentes condiciones trataremos de estandarizar las mismas para tener una imagen característica.

Cuidaremos siempre que las condiciones generales del expendio en cuanto a la pintura, mantenimiento y vista en general, sean las óptimas fijándonos siempre en los pequeños detalles para mejorarlos.

B. Orden y Limpieza

- Tendremos como prioridad siempre la *limpieza* y el *orden* de nuestro expendio tanto con el manejo de nuestros productos como con las condiciones del expendio.
- Daremos siempre el mayor esfuerzo por mantener limpio nuestro expendio después de descargar el producto, de entregar algún pedido y durante todo el día.
- Eliminaremos tener cualquier indicio de olor limpiando constantemente para evitarlo.
- No disfrazaremos olores con aromatizantes.
- Limpiaremos los equipos de enfriamiento constantemente para evitar tener escurrimientos.
- Nos encargaremos de que la parte de afuera de nuestro expendio no esté tirada y esté presentable.
- Guardaremos los productos químicos y de limpieza en un lugar establecido para evitar el desorden.
- Daremos seguimiento a todas las cuestiones de mantenimiento pendientes que podamos tener en nuestro expendio.
- Crearemos el *hábito* de *corregir* hasta los más pequeños detalles que se presenten en nuestro punto de venta, tanto en el área donde se encuentran nuestros clientes como en el área de personal.

C. Equipo Por Expendio

Expendio	Congeladores (# Congs. - # Puertas)	Congeladores Tipo Baúl	Congeladores Tipo Paletero	Cámara de Frescos	Refrigerador o Vitrina de Frescos
Abastos	2 C - 1 P	1	1	1	1
Centro Gómez	3 C - 1 P 1 C - 6 P		2	1	
Florencia	1C – 5 P			1	1
Lerdo	3 C - 1 P	1	1		2
Revolución	2 C - 1 P 1 C - 6 P		1		1
Rosita	2 C - 1 P 1 C - 2 P	1	1	1	1
Zona Industrial	1 C - 3 P 1 C - 4 P		1		1

- **Capacidades de producto por equipo**

En este apartado se muestra la capacidad de los equipos con los que contamos en la mayoría de los expendios con el fin de tener un almacenaje óptimo y evitar pedir más producto para el que tenemos capacidad.

Tipo de Equipo	Congelador Tipo Baúl	Congelador Vertical de una puerta	Congelador Tipo Paletero	Cámara de Frescos	Vitrina de Frescos	Congelador de 6 puertas
Capacidad	Tiene una capacidad de 112 bolsas en presentación de 2 kilos, es decir 224 kilos.	Pueden almacenar 96 bolsas de producto o 72 en caso de ser presentación de 2 kilos.	Capacidad de 64 bolsas de 2 kilos con 4 separaciones.	La cámara de frescos con 4 puertas tiene una capacidad aproximada de 70 a 80 cestas de producto.	Las vitrinas de frescos tienen una capacidad de entre 120 y 130 pollos y almacenaje de 120 a 130 kilos de pierna.	Puede almacenar alrededor de entre 600 y 700 kilos de producto congelado.

D. Layout de Productos

Estandarizaremos en la mayor medida posible el acomodo de nuestros productos en los diferentes expendios aprovechando los equipos similares para establecer un acomodo general.

Para esta organización de nuestros productos tomaremos en cuenta siempre tener en la primera posición (la mejor vista para el público) nuestros productos Totalmente Cocinados ya que son productos de valor agregado

para los que buscamos mayor venta; seguidos en la segunda posición por los productos Parcialmente Cocinados.

En caso de que se tenga algún refrigerador o congelador diferente a los de los demás expendios se llegará a un acuerdo con el Supervisor de Expendios en cuanto al acomodo del producto para lograr ubicarlo de la mejor manera, siempre teniendo argumentos válidos para dicho acomodo.

* *Ver anexo 3* (Se muestran ejemplos del layout de productos)

E. Permisos

Estaremos siempre al tanto de tener todos los permisos en regla. En seguida se nombran los mismos:

- Licencia de Funcionamiento – Debemos estar al pendiente de que se actualice cada año a principios del mismo. Hacer del conocimiento de nuestro supervisor su actualización.
- Licencia de Salud del Expendio – Esta se tramita sólo en la apertura del local y cuando se haga alguna modificación en los datos del mismo, por lo que es necesario verificar que esté correcta. Los formatos se obtienen en el Departamento de Regulación Sanitaria de cada ciudad.
- Tarjetas de Salud – Cada año habrá que realizarse los exámenes correspondientes en el Centro de Salud para adquirir nuestra tarjeta. En el caso de Durango con la realización de nuestro examen interno se tramita.
- Verificación Bascular – Anualmente habrá que hacer el pago correspondiente y registrar las básculas con las que se cuentan en cada expendio en la Profeco. A pesar de que este trámite le corresponde al supervisor, estaremos al pendiente de que se lleve a cabo la verificación con el fin de obtener el permiso correspondiente al año en curso.

Tenemos que estar muy atentos en tener toda la papelería al día para evitar cualquier problema o multa. Debido a que algunos expendios se localizan en diferentes ciudades habrá que contactar al departamento correspondiente para cada entidad.

F. Manejo del Fondo

Cada expendio cuenta con un fondo de quinientos pesos; sólo el expendio Abastos cuenta con la cantidad de mil pesos debido a su mayor manejo de ventas al mayoreo y tamaño. Este fondo sólo se tiene con el fin de poder tener cambio para dar a los clientes, sin embargo no se utilizará para realizar compras de ningún tipo. Si se necesita algún material extra se debe pedir la autorización del Supervisor de Expendios y se utilizará el dinero de su caja chica para gastos extras justificables como lo sería alguna cuota mensual (caso del Expendio Abastos), alguna reparación menor de equipo o algo que obstaculice la operación normal del expendio.



G. Mantenimiento General

Estaremos al pendiente de que se realicen los mantenimientos en nuestro expendio, con el fin de tener nuestro producto en las mejores condiciones y ofrecer lo mejor a nuestros clientes.

- Fumigación: Una vez por mes, al principio del mismo.
- Equipo de aire: A principio de cada año y cuando sea necesario.
- Mantenimiento de Enfriadores:
 1. Preventivo – Cada seis meses.
 2. Correctivo – Cada vez que se requiera.

También estaremos siempre pendientes para dar mantenimiento a la imagen y cualquier mejora que se pueda hacer.

VI. FORMATOS Y BITÁCORAS

Llevaremos registro de todos los datos que sean importantes para la operación de nuestro expendio en los formatos que se muestran a continuación.

A. Formato de Control de Temperaturas



CONTROL DE TEMPERATURAS

Expendio: _____

Fecha: __/__/__

Hora	Equipo	Equipo	Equipo	Equipo	Equipo	Equipo	Observaciones
06:00							
08:00							
10:00							
12:00							
14:00							
16:00							

**B. Formato de Portafolio de Clientes****PORTAFOLIO DE CLIENTES**

Nombre	Empresa	Teléfono	Producto que compra	Cantidad Aprox.	Frecuencia

C. Calendarios de Mantenimiento**CALENDARIO DE MANTENIMIENTO**

Servicio	Empresa	Fecha en que se realizó	Fecha de próximo servicio	Observaciones



D. Programación Semanal



PROGRAMACIÓN DE PRODUCTO

Semana del: ____/____/____ al ____/____/____

Cliente	Producto	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado

