



Lenguaje del negocio

INTRODUCCIÓN.

El presente manual es una guía sobre términos comunes que utilizamos en la empresa.

Las definiciones de cada concepto sólo sirven como referencia.

Te sugerimos revisarlo con detenimiento y recurrir a él en tu labor cotidiana.

¡Estamos seguros que te será de gran utilidad!

A

Acomodo estándar. Es la norma que establece cómo ordenar de manera conveniente nuestros productos en el interior del refrigerador.

Activación. Colocación de materiales que visten el punto de venta. Ejemplo: fachada, toldo, lámparas, etc.

Actividad. Grupo de tareas específicas que contribuyen al cumplimiento de los procesos.

Activos de Ejecución. Suma de materiales de comunicación y exhibición que se encuentran colocados en los puntos de venta y que forman parte de la Película de Éxito

Almacén. Es el espacio dentro de las unidades operativas destinado para almacenar nuestros productos.

Ampliación de línea. Es la actividad de introducir a un cliente una marca o empaque que éste no maneje.

Análisis. Consiste en la interpretación del desempeño de los procesos para su control y mejora. De esta actividad deriva el conocimiento y aprendizaje organizacional.

Anaqueles. Son los muebles donde se acomodan por niveles los productos de Coca-Cola FEMSA.

Andenes. Lugar asignado dentro del almacén para recibir los fletes, carga y descarga de rutas.

Autocontrol. Control interno y personal, independiente del exterior. Capacidad para evaluar el comportamiento propio y de tomar acciones.

Autoservicio. Es un establecimiento ordenado por departamentos y categorías, donde el consumidor puede comprar desde productos de la canasta básica hasta artículos de lujo. Cuenta con un área de cajas (Fast-Lane).

Avión. Formato que contiene el fleteo y diagrama de pallets de la unidad a revisar.

Ayudante. Es el colaborador directo del Vendedor/Repartidor quien apoya en la entrega de las cajas prevendidas. Apoya también en las labores de mercadeo.

B

Base de datos. Base de información donde se encuentran registrados todos nuestros clientes. Funciona para la toma de decisiones de la compañía.

Base de Datos de clientes. Total de detallistas que están registrados en el Sistema. En esta base existen clientes activos e inactivos, mismos que no pueden ser dados de baja por

saldo pendiente o que tienen un equipo de refrigeración conectado.

B-Brands. Marcas que compiten exclusivamente con estrategia de precio y volumen de contenido.

Bebidas Carbonatadas (CSD's). Líquidos refrescantes, elaborados con agua carbonatada, conocidos también como refresco o soda con o sin saborizantes que contiene dióxido de carbono, el cual burbujea cuando la bebida se abre o despresuriza.

Bebidas No Carbonatadas (NCB's). Categoría que agrupa a todos nuestros productos que no contienen gas carbónico.

Bag in box. (BIB) Contenedor de líquido para las diversas mezclas de café Blak y jarabe para máquinas Fountain.

Bodegas. Tiendas del canal moderno que cuentan con un máximo 15 cajas registradoras, sin acabados en su interior, un promedio de 40,000 SKU's, menor variedad, mayores descuentos y mayor rotación, dirigido a nivel medio bajo y bajo y un tamaño promedio: 8,000 m2.

Botelleo. Ventas por botella (excluyendo ventas por caja física) que se realizan en los puntos de venta de mercado tradicional por parte de nuestra fuerza de ventas.

C

Cadena de valor. Son los procesos y operaciones que aportan valor al negocio, desde la creación de la demanda hasta que ésta es entregada como producto final. Proveedores, abastecimientos, plantas, almacenes, centros de distribución y los clientes.

6

Café BLAK. Café de alta calidad de la familia Coca-Cola con un sabor rico, buen cuerpo y aroma que tiene por objetivo despertar los sentidos. Disponible en cualquier momento y a un precio accesible.

Caja. Es la unidad que forman el plástico, envase y/o líquido de una determinada marca y un determinado empaque.

Caja Física. Es el término con que se designa al contenido de una caja no importando el volumen que contenga en presentación retornable y/o no retornable.

Cajas Promocionadas. Es el volumen que se registra en el sistema por promociones de envase o líquido que se genera en el mercado.

Cajas Repartidas. Son las entregadas por el Vendedor/Repartidor bajo las condiciones de venta estipuladas entre el prevendedor y el cliente.

Caja Unidad. Es el contenido de una caja física convertida a cajas con 24 botellas de 8 oz., para obtener parámetros (consumo per cápita, ventas en cajas unidad).

Cajas Vendidas. Es el número de cajas preventidas, entregadas y liquidadas.

Calidad. Es la creación de valor para los clientes y usuarios.

Calidad de la información. Es la forma como se evalúa el valor que tienen los datos capturados, estratificados, y almacenados, para la toma de decisiones. Una baja calidad impacta en re-procesos, errores, velocidad, costos, menor certeza.

Calidad total. Es una forma de ser, orientada a la mejora continua de los productos, bienes o servicios, sistemas y procesos de una organización, con el propósito de crear valor para sus clientes o usuarios.

Cambio de producto. Reponer al cliente el producto que no cubriera con los estándares de calidad requerido. Se dividen en 2 grupos: Cambios procedentes y Cambios No procedentes.

Canal de Ventas. Es el medio a través del cual hacemos llegar nuestros productos al consumidor final, se clasifican agrupando negocios con características similares.

Canal Home Market. Conjunto de canales de venta donde el consumidor adquiere nuestros productos para consumirlos en su hogar (consumo futuro), Ejemplo: abarrotes, misceláneas, vinatería, etc.

Canal On Premise. Conjunto de canales de venta donde el consumidor adquiere nuestros productos para consumirlo en el mismo establecimiento de compra (consumo inmediato), Ejemplo: restaurante, puestos de comida, fondas, etc.

Canal Tradicional. Uno de los canales de venta que se compone de clientes detallistas que ofrecen, entre otros productos, bebidas, café o refrescos.

Carga base. Carga de producto predeterminada que es asignada a la ruta y llevada en el camión, sólo aplica a rutas híbridas

Capacidad clave. Es la configuración de recursos —procesos, organización,

competencias— que diferencian de manera significativa a la organización en el mercado. Las capacidades se componen de una serie de mejores prácticas.

Capacidad de almacén. Es el número óptimo de cajas físicas, en las diferentes marcas y presentaciones, que se almacenan, en una Unidad Operativa.

Capacitación. Es brindar las herramientas necesarias para el desempeño del personal en su puesto, a través de planear y ejecutar la utilización de diversos mecanismos tales como: cursos, instructores, talleres, adiestramientos en campo, lecturas, células.

Careo. El careo significa mostrar de frente al comprador la marca del producto. Se coloca el producto de tal manera que por lo menos, se vea en primera posición, uno de cada marca.

CCT. Contrato colectivo de trabajo.

Centro de Canje. Detallistas designados por la Compañía para realizar el canje de nuestras promociones al consumidor.

Centro de Contacto. Centro de Información y Servicio disponible para consumidores y detallistas, además cuenta con todo un equipo de telventa especializada.

Cierre de almacén. Es un conteo físico y cierre de inventario. Un corte a la fecha y

hora determinada para verificar que la información registrada en sistema como inventario final, coincida con la cantidad física de productos y materiales en piso.

Clientes. Son todos los usuarios de los productos y servicios que genera una organización. En plantas pueden ser las distribuidoras, otras plantas, consumidores, detallistas, otras franquicias y otros. En comercial, detallistas, cuentas clave, consumidores.

En áreas staff, son clientes diversos en función del tipo de productos/servicios que entregan.

Clientes Activos. Detallistas dados de alta en la Base de Datos, que han registrado ventas durante los últimos tres meses.

Cliente seco. Detallista que presenta agotado su inventario de producto, en una o varias presentaciones.

Clon. Producto que tiene un porcentaje (%) de descuento y está armado con una o más marcas.

Cluster. Es la agrupación de consumidores y clientes con características similares relevantes para nuestro negocio.

Cobertura. Es el porcentaje de detallistas en los que está presente y disponible una(s) marca(s) o empaque(s) dentro de un universo de clientes.

Código de Producto. Datos impresos en cada botella que muestran la Fecha Preferente de Consumo, línea donde fue producida, hora exacta de producción, y el código de identificación de la Planta.

COFECO. (Comisión Federal de Competencia) Requisito legal que nos obliga a capacitar a toda nuestra fuerza de ventas sobre los lineamientos de libre competencia indicados por la Comisión.

Combo. Es un paquete de promoción armado por Mercadotecnia.

Comodato. Es el contrato de préstamo por escrito de bienes (enfriador, sillas, mesas, etc.) a un determinado cliente, por un tiempo definido.

Comparación referencial (Benchmarking).

Es la acción de comparar procesos, productos, servicios y prácticas contra los más duros competidores o con aquellas compañías reconocidas como líderes de la industria. Diccionario Webster, “Una marca de un investigador, una posición determinada, un punto de referencia”.

Competencia. Es la combinación de conocimientos, habilidades y actitudes que generan una ventaja competitiva para las organizaciones. Constituyen las capacidades de las personas para cumplir con una función, tarea u objetivo.

Competitividad. Capacidad para competir o soportar la competencia de manera equiparable.

Comprador. Persona que compra cualquiera de los productos de nuestro portafolio.

Comunidad. Entorno inmediato a nuestros centros de trabajo / instalaciones; accionistas e inversionistas, clientes y consumidores, gobiernos locales y sus dependencias, Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) que operan en la zona, proveedores, sindicatos y vecinos.

Conocimiento. La capacidad de entender las variables de entorno del negocio, para diseñar operaciones efectivas, construir procesos rentables de negocio y predecir los resultados de estos modelos. En conjunto con las habilidades y actitudes configuran las competencias.

Conocimiento relevante. De todo el posible conocimiento y experiencias generadas en el trabajo diario, la empresa debe definir qué temas o tópicos son importantes/prioritarios para asegurar su documentación, resguardo para una utilización futura.

Consumidor. Persona que consume nuestros productos.

Crédito formal. Crédito otorgado por la Compañía a clientes que por su naturaleza estratégica requieren de un nivel especial de negociación y servicio.

Crédito informal. Recurso de Venta empleado para generar ventas incrementales

en nuestros detallistas a través del préstamo de líquido o envase.

CTMO. Costo Total de Mano de Obra, indicador de negocio.

Cultura organizacional. Es la manera particular que tiene la empresa de hacer las cosas y de responder a las exigencias del entorno, cuyo origen se encuentra en un conjunto de valores y principios compartidos. Cuando estos valores y principios son conocidos, aceptados y puestos en práctica por el personal (propio y tercero) se reflejan en su actuación cotidiana en el trabajo y orientan sus decisiones.

Cuota de Ventas. Es el volumen objetivo propuesto para ser cubierto por una ruta, grupo de rutas o una distribuidora en un periodo específico.

D

Detallista o Cliente. Son todos aquellos lugares en donde vendemos nuestros productos para que el consumidor pueda adquirirlos.

DEX. Conexión que se realiza entre la tarjeta de la máquina vending y la handheld.

Destrucción Fiscal. Merma de producto que no cumple con estándares de la compañía y

que tiene que ser destruido ante las autoridades fiscales.

Diálogos de Valor. Diálogos vendedor-cliente para persuadirlo para la compra de nuestros productos. Es dar a conocer al cliente todas las ventajas de adquirir nuestros productos.

DILO. Sistema telefónico gratuito, para reportar prácticas o comportamientos que vayan en contra del código de ética.

Teléfono 01800 500 12 71

Ejemplo: Políticas de la compañía, mal uso de recursos, desviación de materiales.

Drop Size. Es el promedio de cajas físicas entregadas por visita al detallista.

E

Efectividad. Se refiere a la capacidad para entregar resultados planeados.

Efectividad de reparto. Es el porcentaje de cajas entregadas sobre cajas programadas por ruta. Sirve para saber qué tan efectivo está siendo el sistema de distribución y el cumplimiento del programa.

Efectividad de visita. Es el porcentaje de pedidos realizados sobre las visitas programadas.

Efectividad de preventa. Porcentaje de clientes con pedido sobre clientes programados de preventa. Sirve para saber que tan productivo están siendo las visitas a los clientes.

Eficiencia. Se refiere al logro de objetivos y al aprovechamiento de los recursos disponibles.

Eficiencia de reparto. Porcentaje de los clientes entregados sobre los clientes programados por ruta.

Eficiencia de visita Es el porcentaje de visitas reales sobre las programadas.

Ejecución. Son todas aquellas acciones que se desarrollan en el punto de venta para maximizar las ventas, garantizar la adecuada rotación del producto y exposición de nuestras marcas hacia el consumidor final, asegurando nuestro liderazgo en el mercado.

Embajador. Representantes de nuestra empresa encargados de promover en toda la cadena de valor información clara y transparente sobre nuestros productos e iniciativas.

Empaque. Es la agrupación de botellas configuradas en una caja que puede ser de diferentes tamaños como son 4,6, 12, 24 pack.

Emplaye. Es el plástico utilizado para envolver las tarimas y guardar su configuración y estabilidad.

Envase. Es el recipiente que contiene el líquido, puede ser de distintos tamaños como son 12oz. Lata, PET 2.5. Pueden ser latas, de vidrio, de PET, tetrapack.

Estándar. Norma, medida de desempeño esperado, utilizado para evaluar o comparar acciones realizadas.

Estandarización. Es la acción de instalar o implantar procesos o sistemas, nuevos o modificados, y un sistema de medición, para lograr un desempeño consistente, controlado, con características similares, independientemente de las personas que lo operen, con el fin de garantizar el desempeño esperado y generar valor superior para clientes, usuarios y mercados.

Estructura. Forma como la organización establece interrelaciones y responsabilidades operacionales y administrativas sobre individuos

y grupos de trabajo, relacionado con niveles, procesos y sistemas.

Evaluación de la calidad. Es la metodología que se emplea para asignar valor cuantitativo a la madurez de los sistemas y procesos de una organización de acuerdo con los principios y valores de calidad.

Evaluación de reacción. Es la metodología utilizada al término de los eventos de capacitación, dónde se evalúa el nivel de satisfacción de los participantes con: los objetivos logrados, materiales recibidos, desempeño del instructor, instalaciones y servicios.

Exhibición en Caliente. Inventario no refrigerado del cliente que se encuentra a

la vista y disposición de los consumidores en el punto de venta.

Exhibiciones en tienda. Las exhibiciones son muebles o producto apilado que se encuentran en pasillos principales de la tienda.

F

Familia de productos. Grupo de productos con características similares tales como dimensión, sabor, empaque, etc.

FEMSA. Fomento Económico Mexicano S.A.

Fleteo. Serie de actividades que tienen como objetivo el abastecimiento del almacén (Descarga, acomodo y envase vacío).

Fountain/Postmix. Sistema de ventas por medio de máquinas que mezclan el producto en el momento de la compra. El equipo expendedor es llamado Post – Mix.

FPC. Fecha preferente de consumo.

Frecuencia de visita de preventa. Es la cantidad de veces que es visitado un cliente por el prevendedor, para realizar la venta, en un periodo semanal.

Frenteo. Colocar el producto frente al

comprador, debe de estar en las tres primeras líneas de los espacios asignados.

Fluctuación. Diferencia entre inventario físico y teórico.

G

GEC'S. Grupo Estratégico de Clientes, término utilizado en GVC para estratificar a los clientes en Oro, Plata y Bronce, dependiendo de la operación KOF.

GVC. Gestión de Valor al Cliente, estrategia para administrar el valor al cliente enfocada a multicategorías, que le permite a Coca-Cola FEMSA construir una ventaja competitiva.

H

Hand Held (HH). Maquina portátil que sirve para controlar el inventario para revisar información de clientes y capturar vent.

Head Count (HC). Es la suma total del personal que conforma una organización, también se le conoce como PO planta organización.

Hipermercados. Son todas aquellas tiendas de canal moderno que cuentan con variedad tde mercancías, generales y ropa, entre 12 y 60 cajas registradoras, dirigido a nivel medio/alto, manejan un promedio de 8,000 SKU's y12,000 m2.

Hoja de carga. Documento que indica la cantidad de cajas por SKU que se deben cargar a cada ruta de reparto.

HOLA Coca-Cola. Centro de atención al consumidor, operado por The Coca-Cola Company. Tel: 01800.704.44.00.

HOT SPOTS. En canal moderno son todos los lugares de la tienda que no son lugares habituales para bebidas donde tenemos producto Coca-Cola.

I

ICE. Índice de Calidad en la Ejecución. Es la forma en que se miden los criterios de ejecución en el punto de venta y se comparan con el resto de las operaciones.

IMBERA. Proveedor que brinda mantenimiento correctivo y preventivo a nuestros equipos de refrigeración.

Incidencia. Es el porcentaje de personas que entran a un establecimiento y compran algún producto nuestro. Se incrementa a través de promociones al consumidor.

Incremento en ventas. Vertical, es incrementar el número de cajas que se venden en un

mismo cliente. Horizontal, es incrementar el número de detallistas en la ruta de venta (Clientes Nuevos).

Indicador. Es un signo o medición de un fenómeno.

Indicador clave. Son las relaciones que existen entre elementos medibles de un sistema, que describen sus características de operación más importantes o críticas

Indicador clave de negocio/ organización. Se refieren a la información que permite administrar y mejorar la organización y la toma oportuna de decisiones estratégicas, por ejemplo los relacionados con ventas,

utilidades, inversiones, participación de mercado, retención de clientes, entre otros.

Indicador de eficiencia. Es la cifra resultante de la relación entre un buen servicio y su costo. También puede ser sinónimo de productividad. Generalmente, se emplea para describir la relación de los resultados obtenidos y la utilización de los recursos disponibles.

Indicador de resultado. Son los indicadores que muestran los resultados de los procesos.

Indicador de sistema. Mide el grado en que el sistema contribuye al logro de los fines para los cuales fue diseñado, así como al desempeño del servicio o de las tareas realizadas.

Índice. Es la relación cuantitativa entre dos cantidades relacionadas con un mismo fenómeno.

Información significativa. Se refiere a los datos con importancia estadística o relevante por su trascendencia en la operación de un sistema o proceso.

Inventario bloqueado. Producto que no cumple con las características para salir al mercado y debe ser retenido.

Inventario físico. Cantidad de producto y materiales que se encuentran físicamente en la bodega.

Inventario óptimo. Número de cajas por marca, tamaño y presentación que se requieren en el punto de venta para que siempre exista producto disponible para los consumidores, evitando clientes secos.

Inventario teórico. Cantidad de producto y materiales que se encuentran en sistema (SAP).

ISI Risk. Auditoría para revisar el nivel de cumplimiento a requerimientos internos y externos sobre prevención de pérdidas y administración de riesgos.

ISO. International Organization for Standardization (Organización Internacional para la Estandarización). Su nombre ISO significa “igual” en griego. Organismo que

se encuentra en Suiza, fundado en el año 1946, unifica a más de cien países. Se encarga de crear estándares o normas internacionales.

J

Jugo de fruta. Es un extracto de los líquidos contenidos en los frutos.

K

KOF. Nombre con el cual Coca-Cola FEMSA cotiza en Bolsa de Valores.

L

Lay-out. Diagrama que indica la distribución de la bodega.

Liderazgo. Se refiere a los comportamientos y acciones que toma el líder para inspirar, convencer o impulsar al personal y a la organización hacia el logro de la visión.

Línea de cajas. También conocido como Fast Lane en el canal moderno es el espacio cercano a las cajas de cobro donde se encuentran los enfriadores de Coca-Cola FEMSA y algunos exhibidores.

LPD Layer Picker Device. Herramienta mecánica para armar cargas por cama en el almacén. También conocido como Tiger.

Liquidación. Consiste en ingresar a la Compañía el monto en dinero generado por la venta del día. La realiza el vendedor al regresar a la distribuidora y consiste en pagar la diferencia entre lo que se le cargo a su unidad y con lo que regresó.

M

Macro proceso. Representación de los procesos de alto nivel a través de una cadena de valor.

Madrina. Son camiones de apoyo para atender el volumen adicional de venta, mismo que no se podría entregar con la ruta titular pues excede el monto objetivo para recargas (H2).

.....

Marbete. Hoja donde se especifica la cantidad en cajas por SKU y por familia a cargar en cada ruta.

.....

Medio. La población en el área tiene un nivel de compra promedio, generalmente se cuenta con pavimentación en las calles, son zonas principalmente habitacionales, no se tiene un alto nivel de tránsito vehicular, generalmente se cuenta con la mayoría de los servicios.

Mejor práctica. Se define como un proceso o sub-proceso que ha demostrado una mejora tangible en los resultados de la organización y que puede ser replicable en otras áreas u operaciones. Se compone de procesos, organización y competencias.

.....

Mercado. Conjunto de consumidores de un producto o servicio.

.....

Merma. Se genera cuando existe producto dañado o no está óptimo para venta.

.....

Mezcla. Es el porcentaje que representa un producto de un total de venta.

Migración de Clientes. Se refiere al cambio de GEC debido a la evolución en sus ventas, luego de tener ya asignada una etiqueta de GEC previamente.

El movimiento puede ser hacia arriba o hacia abajo (por ejemplo de oro a plata, o de bronce a plata).

MIRC. Manejo de incidentes y resolución de crisis. Metodología de la compañía para atender situaciones especiales.

Montacargas. Es un vehículo de uso rudo e industrial, el cual se utiliza en el almacén para transportar, acomodar, trasladar, cargar y descargar tarimas. Su uso, requiere de capacitación y certificación para su manejo.

Multiserve. Presentaciones familiares.
Ej: 1.250 lt. 1.5 lt. 2 lt, 2.5 lt y 3 lt.

N

Néctar. Contiene la pulpa de la fruta, a la que se le añade una cierta cantidad de agua, azúcares, ácido cítrico y diferentes aditivos.

NOD. Nota de Operaciones Diversas, que sirve para registrar manualmente varias operaciones en el almacén.

O

Ocasión de Consumo. Define las características de los productos que nuestros

consumidores buscan con mayor frecuencia en el punto de venta.

P

Pallet. Es el espacio en la unidad de reparto asignado a la colocación de tarimas y productos.

Parametrización. Se refiere al menú de modelos operativos que pueden asignarse a cada GEC, según los lineamientos definidos por cada operación KOF.

Participación de mercado (SHARE). Es el porcentaje que representan las ventas de una marca(s) en el total de productos que

compiten en el mismo mercado comparado con las ventas del resto de marcas, presentaciones, compañías, productos, etc.

Patio de maniobras. Área destinada para tránsito de unidades de reparto o fletes en las unidades.

Pedidos Realizados. Son todos los pedidos levantados que el prevendedor negoció con el detallista.

Pedidos Rechazados. Es el porcentaje de cajas no entregada al detallista por diversas razones: falta de envase, de dinero o cliente cerrado.

Película de Éxito (PDE). Película de Éxito

todo lo que FEMSA quiere que el consumidor vea y experimente al entrar en el punto de venta.

PET. Envase de plástico utilizado para embotellar nuestras bebidas.

Patin hidraulico. Herramienta mecánica que nos permite mover tarimas con productos diversos de un lugar a otro y de fácil uso. De diferentes medidas, capacidades de carga y tipos de suelos.

Picking. Armado manual de pedidos por familia en el almacén dentro del rack.

Plan maestro de manejo del entorno. Las acciones desarrolladas para minimizar los

riesgos que impacten a la marca/imagen y/o afecten la generación de ingresos.

Planta. Unidad operativa dedicada a la producción de los productos.

Políticas de ventas. Son todas aquellas reglas o condiciones que la compañía tiene para la venta de sus productos, así como para comodato de refrigerador, crédito, bonificaciones, etc.

Portafolio. Es la oferta de categorías, marcas y empaques que atiende las ocasiones de consumo en el mercado.

Portafolio Bloqueado. Portafolio de productos de baja rotación que están bloqueados para su venta de acuerdo a su GEC y segmento.

Portafolio Disponible. Portafolio de productos que sin estar incluidos en el portafolio base puede estar disponible de acuerdo a los criterios definidos por la operación.

Portafolio Prioritario. Portafolio dirigido y estandarizado para todos los clientes del mismo cluster.

Posición. Lugar físico donde se encuentran nuestros productos dentro del punto de venta. Siempre deben estar al alcance del consumidor.

Préstamo de envase. Recurso que tiene como fin brindar apoyo a nuestros detallistas cuando tienen requerimientos temporales de envase. Con la responsabilidad del prevendedor y vendedor bajo un presupuesto autorizado.

Primera Posición. Significa “Primer Impacto Visual” a través de nuestros enfriadores y materiales en el punto de venta.

Producto preciado. Significa asegurar que cada producto tenga indicado el costo para el cliente.

Proceso. Una cadena de eventos que produce un servicio o producto específico para los clientes. Un conjunto de actividades que suceden

de forma ordenada a partir de la combinación de materiales, maquinaria, gente, métodos, y medio ambiente, para convertir insumos en productos con valor agregado.

Proceso de negocio. Un conjunto de tareas relacionadas lógicamente llevadas a cabo para lograr un resultado de negocio definido. Existen cinco niveles de procesos: macro proceso, grupo de procesos, procesos, subprocesos, actividades.

Procesos clave. Son los procesos relacionados con la misión de la organización. Son aquellos que generan las características de producto o servicio que son apreciadas por el cliente.

Procesos de apoyo. Son todos aquellos procesos facilitadores de los procesos clave, proporcionan productos o servicios sin los cuales un proceso clave no podría operar, o sería deficiente. Su aportación a la creación de valor a los clientes, es indirecta, sin embargo, su importancia en el desempeño y logro de los objetivos de la organización es similar a la que tienen los procesos clave.

Productividad del enfriador. Es la venta promedio mínima semanal que debe tener un cliente de acuerdo al modelo de refrigerador que tenga en comodato.

Producto Extraño. Producto diferente a los distribuidos por Coca-Cola FEMSA en nuestros

anaqueles y enfriadores, Ejemplo: Bebidas de la competencia, alimentos, queso, crema, etc.

Producto o Marca. Es el nombre del líquido. Ejemplo: Coca-Cola, Fanta, Sprite, etc.

Promoción. Es el programa de corta duración diseñado para proveer al consumidor o detallista de un incentivo extra para adquirir los productos de la compañía.

Promoción al consumidor. Es la que se realiza enfocada hacia el consumidor, con el fin de generar el consumo y tráfico en el PDV, Ejemplo: las promociones navideñas.

Promoción al detallista. Tiene el objetivo de incrementar el volumen de ventas o su

inventario de envase por medio de brindar un descuento al detallista en la compra de una caja con todo y envase.

Promoción al hogar. Es introducir el envase de algún producto en los hogares para tener envase disponible para garantizar el consumo de nuestros productos.

Propuesta de Valor (PDV). El paquete de beneficios que KOF ofrece a sus clientes en un proceso de negociación.

Proveedor. Son todas las organizaciones o personas, internas o externas a la organización (públicas o privadas) que proporcionan bienes o servicios durante cualquier etapa de los procesos. Se refiere a quienes aportan productos y/o

servicios durante cualquier etapa de operación de su organización.

PTAR. Planta de Tratamiento de Aguas Residuales.

Publicidad POS (Point of Sales). Material publicitario exterior (punto de venta) Ejemplo: fachadas, marquesinas, toldos, etc.

POP (Point of Purchase). Material publicitario interior (punto de compra) Ejemplo: electroestáticos, cartulinas, colgantes, etc.

Punto de Compra. Es el lugar donde el producto está a la vista y al alcance del consumidor dentro del punto de venta a temperatura ambiente o frío, Ejemplo:

enfriador, anaquel, post mix, hielera, exhibidor, maximizador, etc.

Punto de venta. Es una herramienta útil para exhibir nuestros productos y bloquear a la competencia. En almacén, se refiere a los estantes para acomodar el producto almacenado.

Puntos de conexión. Lugares estratégicos de comunicación al consumidor ubicados en los puntos de venta de los detallistas, que nos permiten exhibir y comunicar mejor las estrategias de la compañía.

R

Rack. Herramienta útil para exhibir nuestros productos y bloquear a la competencia.

Rastreabilidad. Se refiere al sistema que permite la detección del origen y todas las acciones ocurridas en un proceso.

Recarga. Se refiere a una segunda carga que efectúa una ruta de reparto debido a que el volumen de producto excede la capacidad de la unidad de reparto.

Revisión en equipos. Es el proceso que se desarrolla a través de reuniones periódicas por el cual un grupo de individuos se responsabilizan por resultados específicos.

Revisión vertical. Es una conversación uno a uno con cada colaborador directo. Tiene la finalidad de apoyar, reorientar y garantizar el cumplimiento de los resultados de los Factores Críticos (FC), enfocando los esfuerzos hacia un mismo fin el negocio.

Rotación de Producto. Acción de colocar el producto más antiguo hasta el frente. En enfriadores considera que el producto frío va hasta adelante.

Rotura de bodega. Merma de producto por daños en el almacén y que no se pueden recuperar.

Ruta. Es el área geográfica que tiene asignada tanto un prevendedor como un

Vendedor/Repartidor, donde se encuentran ubicados sus clientes.

Rutas Convencionales/Híbridas. Son rutas que no están en preventa, en las cuales el Vendedor/Repartidor es el que realiza la venta por cliente.

Rutas de eventos especiales. Son rutas de reparto que surten pedidos que corresponden generalmente a eventos no usuales, tales como fiestas, ferias, exposiciones.

Rutas puesteras. Son rutas que reparten en zonas de alta concentración de puestos fijos y semifijos en vía pública.

S

Sabores. Esta categoría agrupa las bebidas carbonatadas de sabor.

Sabores Core. Marcas que necesariamente deben estar en el punto de venta para poder buscar posteriormente la venta de otros sabores. Nuestros sabores Core son: Sprite, Fanta, Fresca, Lift.

Saldo. Es la cantidad de dinero que el Vendedor/Repartidor debe a la empresa por concepto de préstamo de envase, líquido o alguna cantidad sin comprobar.

Sampling. Muestra gratis de producto.

SAP. (Systems Applications and Programs).

Software utilizado para administrar el ciclo de producción, distribución y ventas.

SAROX. Sarbanes Oxley es una ley de Estados Unidos también conocida como el Acta de Reforma de la Contabilidad Pública de Empresas y de Protección al Inversionista. Nace con el fin de revisar a las empresas que cotizan en bolsa de valores.

SCCC. Sistema de Calidad Coca-Cola.

SCYF. Sociedad Cuauhtémoc y FAMOSA

Sector. Número de visitas diarias dentro de un área geográfica asignada.

Secuencia de servicio (Recorrido lógico).

Es el orden lógico en el que el prevendedor/ vendedor visita a los clientes.

Singleserve. Presentaciones personales. Ej, 6.5 Oz. 12 Oz. Lata, Minilata, 450 ml, 600ml.

Sistema. Es un conjunto de elementos con un fin común, que se interrelacionan entre sí, formando un todo dinámico.

Sistema 5'S. Práctica Japonesa, que facilita el orden y la limpieza en los lugares donde se aplica de manera disciplinada, se compone de: Seiri (seleccionar), Seiton (ordenar), Seiso (limpiar), Seiketsu (estandarizar), y Shitsuke (auto-disciplina).

Sistema de medición. Es el medio a través del cual se obtiene información sobre el desempeño de la organización, sus productos y servicios. Se integra por diversos elementos, entre los que se incluyen: Indicadores de control, efectividad, eficiencia y adaptabilidad / flexibilidad. Métodos de muestreo, frecuencias y responsables. Métodos de medición. Métodos de calibración.

Sistema de Seguridad y Salud Ocupacional (SASSO). Es la estrategia de FEMSA que tiene como objetivo apoyar el logro de las metas de la organización, a través de la generación de una cultura de prevención, auto cuidado, aseguramiento de la salud, higiene y seguridad industrial de la compañía y sus colaboradores.

SKU. (Stock Keeping Unit). Es la Unidad Mínima de Venta, es decir es el producto de una marca o presentación.

SOVI. Presencia en Inventario Visible o no. de frentes visibles dentro del enfriador y/o anaquel, disponibles al comprador.

Steamer. Polvo especial saborizado y endulzado que se utiliza como sustituto de la leche para la preparación del CAFÉ BLAK.

Subproceso. Un conjunto de actividades estructuradas y relacionadas para atender un evento que produce un resultado esperado.

Sumarizado. Resumen de todos los movimientos de Operaciones del día.

Supermercado. Tiendas de canal moderno con un máximo de 15 carriles, de 25,000 a 50,000SKU's, dirigido a nivel medio alto y alto y un tamaño promedio entre 2,500 m2 y 6,000 m2.

Sustentabilidad. En Coca-Cola FEMSA, llevamos a cabo acciones con base en los principios de desarrollo sustentable y cuidado del medio ambiente en nuestros procesos de negocio y fomentamos la corresponsabilidad de nuestros grupos de interés. Creamos programas enfocados a la disponibilidad de agua potable en nuestras comunidades, el manejo adecuado y reciclaje de desechos, el desarrollo de procesos y empaques amigables con el medio ambiente, la reforestación y la minimización de uso de energía en nuestra cadena de valor y

la mitigación de los efectos del cambio climático (aire limpio, reducción de emisiones, entre otras).

T

Taparrosca o Hermetapa. Es la tapa con la cual sellamos cada uno de nuestros empaques.

Tarima. Es una base plástica para la colocación y facilitar el traslado de los productos. Es un activo importante de la compañía.

Tarima completa. Tarima de un solo SKU con la misma cantidad de cajas definidas.

Tarima de producto o PALLET. Es el conjunto de cajas armadas de acuerdo a un estándar, mismas que son cargadas en los camiones.

Tarima mixta. Tarima compuesta por más de un SKU.

Telventa. Sistema de ventas por teléfono. El telvendedor levanta el pedido de los clientes de acuerdo a frecuencias y secuencias de llamadas establecidas.

Tendencia. Es la dirección a la que se dirige cualquier fenómeno. Dirección de los resultados de un proceso. Desde el punto de vista estadístico es posible observar una tendencia con seis o más puntos de medición.

The Coca-Cola Company. Es el propietario de las marcas que comercializamos, da las directrices para el manejo de cada una de ellas.

Tiendas de Conveniencia. Son tiendas de canal moderno que cuentan con una sólo caja, menor variedad de productos de abastecimiento y precios mayores que un autoservicio, tamaño promedio de 1,000 m².

Tipos de Promociones. Promoción al consumidor, Promoción al detallista, Promoción al hogar.

TPM (Total Product Management). Política de manejo y acomodo de nuestros productos.

Tránsito. Es la ocasión de consumo en donde el comprador busca generalmente empaques personales para consumo inmediato (por lo general requiere el producto frío), es común que el cliente se encuentre cerca de zonas comerciales, paradas de autobús o estaciones del metro, escuelas, etc.

Traspaleo. Actividad que consiste en el cambio de cajas de una tarima llena a una vacía con el fin de validar el estado del producto.

U

Unidad Operativa. Centro de Distribución o Planta Embotelladora donde operamos.

Utilidad. Es la ganancia que tiene una persona o negocio por la venta de sus productos; simplemente es la diferencia entre el precio de venta y el precio al que lo compró. Es el factor más importante para nuestro negocio, para el cliente y para nosotros mismos.

V

Valor del cliente. Es el resultado de la resta del ingreso monetario para Coca-Cola FEMSA menos el costo del servicio que otorgamos al cliente.

Valor Industria. Es el resultado de la suma del total de las ventas de bebidas de Coca-Cola

FEMSA más el total de ventas de bebidas de la competencia.

Valores. Ideales que comparten los integrantes de la empresa. Determinan lo que es aceptable y lo que no, por ello proporcionan parámetros para la toma de decisiones, y para la actuación de la empresa, así como criterios de evaluación del desempeño de cada uno. Definen actitudes y conductas deseables entre los miembros de la organización, por eso son una influencia importantísima en el comportamiento cotidiano.

Vendedor/Repartidor. Es la persona responsable de conducir la unidad de reparto y realizar la adecuada entrega de las cajas prevendidas.

Vending. Sistema automático de venta que empleamos para ofrecer al consumidor nuestros productos fríos a cualquier hora y día del año.

VENDO. Fabricante de equipos de refrigeración.

Visitas no programadas de preventa.

Porcentaje de clientes con pedido sin programa de preventa sobre clientes programados de preventa

Visitas programadas. Son todas las visitas a detallistas que tiene que realizar un prevendedor en un día o sector.

Visitas realizadas. Es el número de clientes visitados durante el día.

Volumen. Es el número de cajas físicas o unidad que se venden durante un periodo determinado.

Z

Zona de buffer. Área donde se colocan transitoriamente las tarimas antes de ser cargadas dentro de algún transporte, o antes de ser llevadas a su área determinada dentro del layout.
