



SEMAFORO

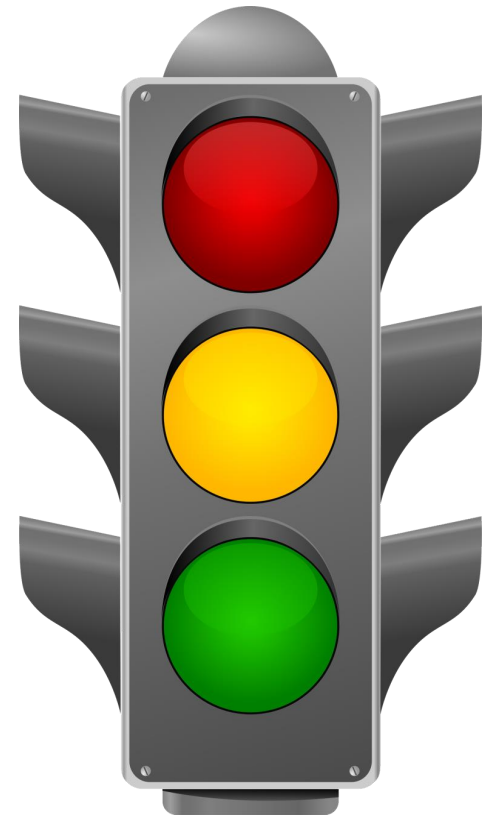
# Semáforo

## OBJETIVO

El semáforo funciona como una herramienta de gestión para mejorar tiempos en fila.

## DOCUMENTOS RELACIONADOS

- Guía rápida TV
- Guía rápida Unifila
- Guía rápida Dulcería



## Reglas

- Para usar el semáforo en amarillo y rojo, la unifila tiene que estar tipo “s”.
- El Rod debe estar verificando la fila.
- Si se aproxima la hora rush analizar un reabastecimiento y preparación de insumos/ Limpieza 30 minutos antes.
- El Rod debe verificar la programación y el Traffic Flow.
- El Rod es el autorizado para el cambio de los colores.
- No se puede pasar de verde a rojo sin haber pasado por el amarillo.
- Técnica de venta light: solo en casos de alta afluencia.

## Responsables/ Roles

Quiénes son los responsables?

- Responsable de operaciones de dulcería (ROD).
- Personal de dulcería.

Quiénes lo usan?

- Cinepolitos
- Personal administrativo de dulcería en los cines tradicionales y Mi cine.

Inicio



Intermedio



Fin



Actividad



Actividad con  
punto de  
control



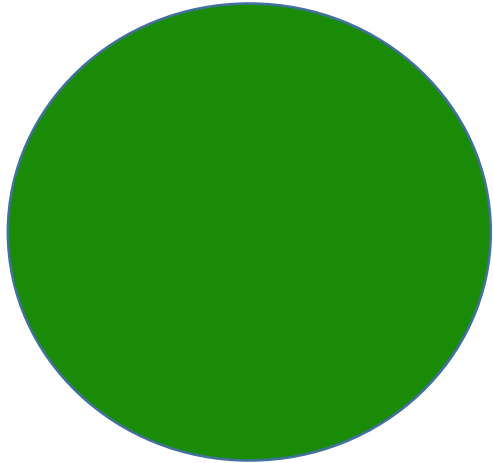
Flujo



Decisión

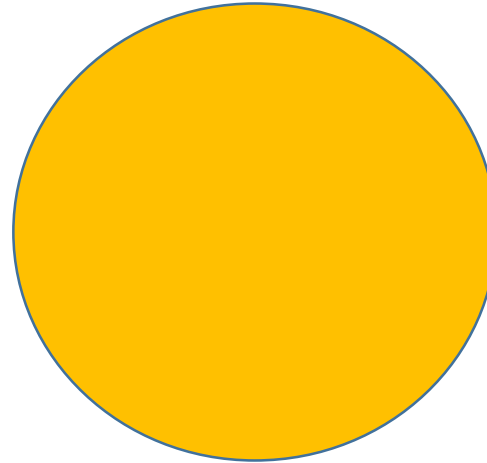


# Significado de los Colores



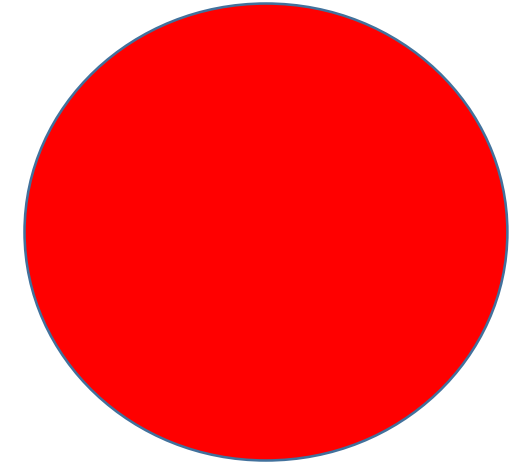
• **Semáforo en verde:** Técnica de Venta Normal.

Técnica de venta Normal: Maximizar la orden como se indica en el [Apoyo de maximización para dulcería.](#)



• **Semáforo en amarillo:** Analizar si es necesario un Reabastecimiento y preparación de insumos/ Limpieza.

Insumos: Vasos, maíz, nachos, palomitas, salchichas, Pan para hot dog, Hielo, etc.

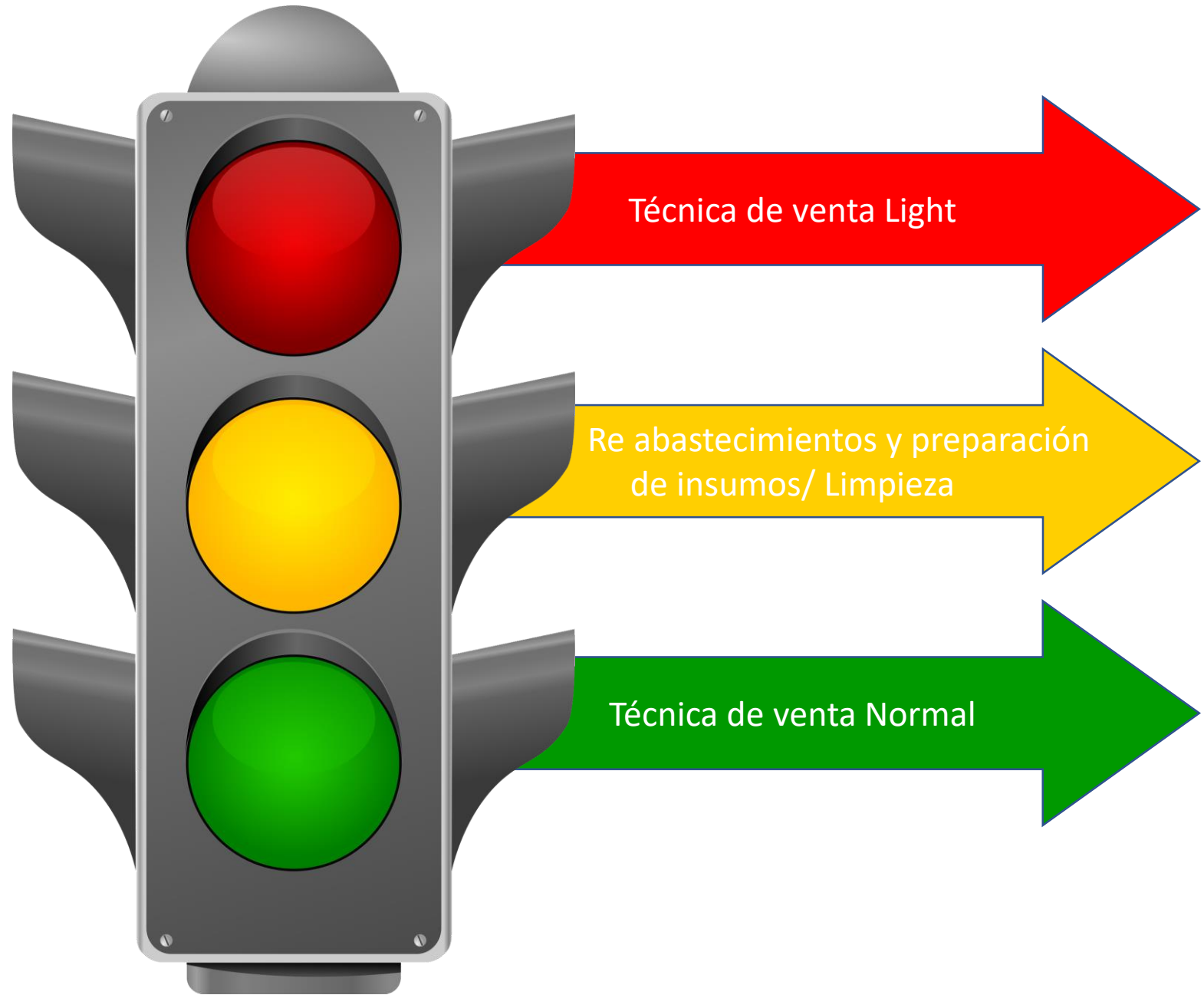


• **Semáforo en Rojo:** Técnica de Venta Light.  
Técnica de venta Light: Maximizar solamente el tamaño de las palomitas y/ o refresco(s) de acuerdo a la primera maximización del [Apoyo de maximización para dulcería.](#)

### Consideraciones

- Para utilizar el semáforo en amarillo y rojo, la unifila tiene que estar tipo "S".
- **Rojo:** 10 personas.
- **Amarillo:** Se aproxima hora de alta afluencia.
- **ROD:** Verificar continuamente la fila.

Proceso

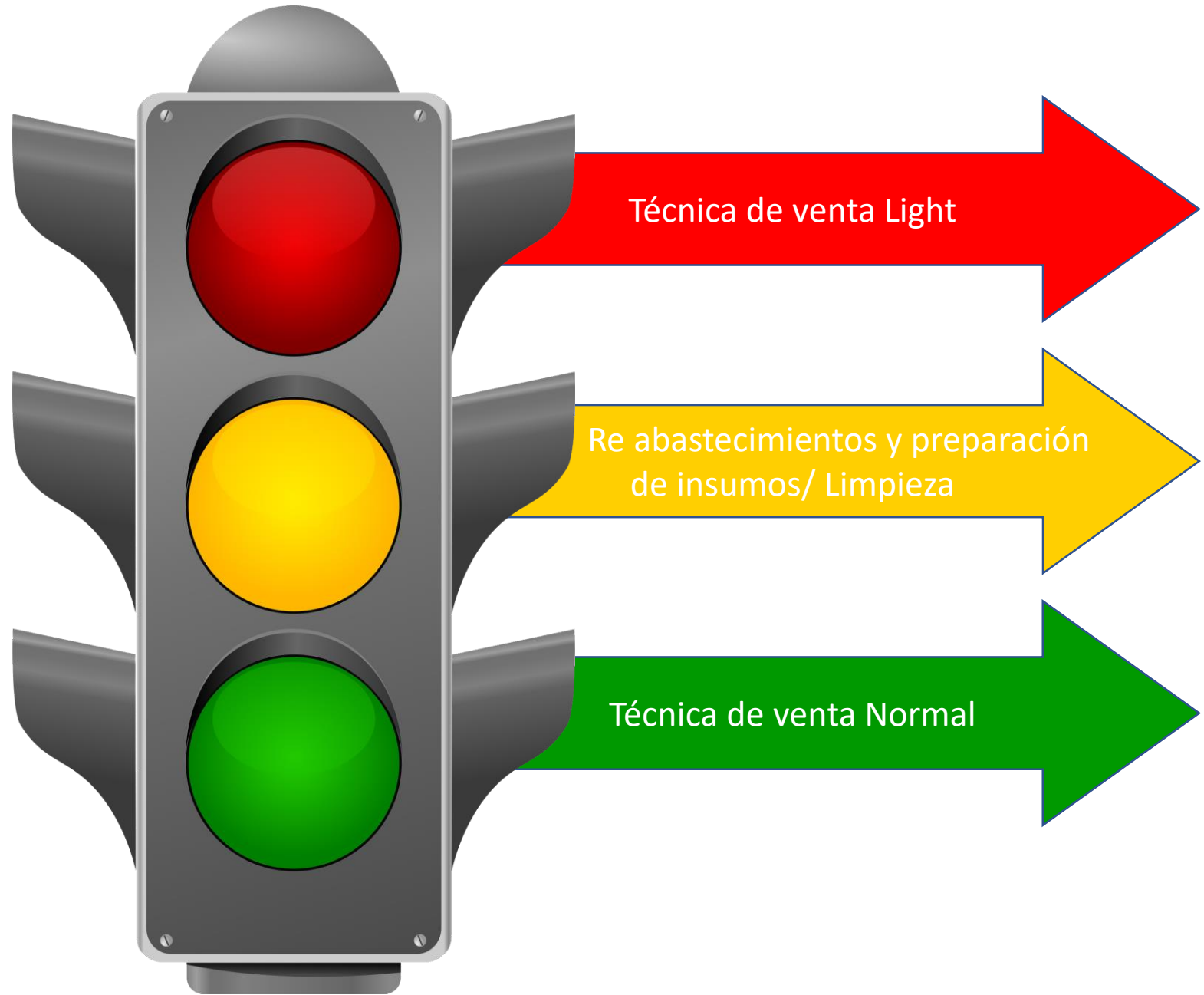


## Apoyo visual

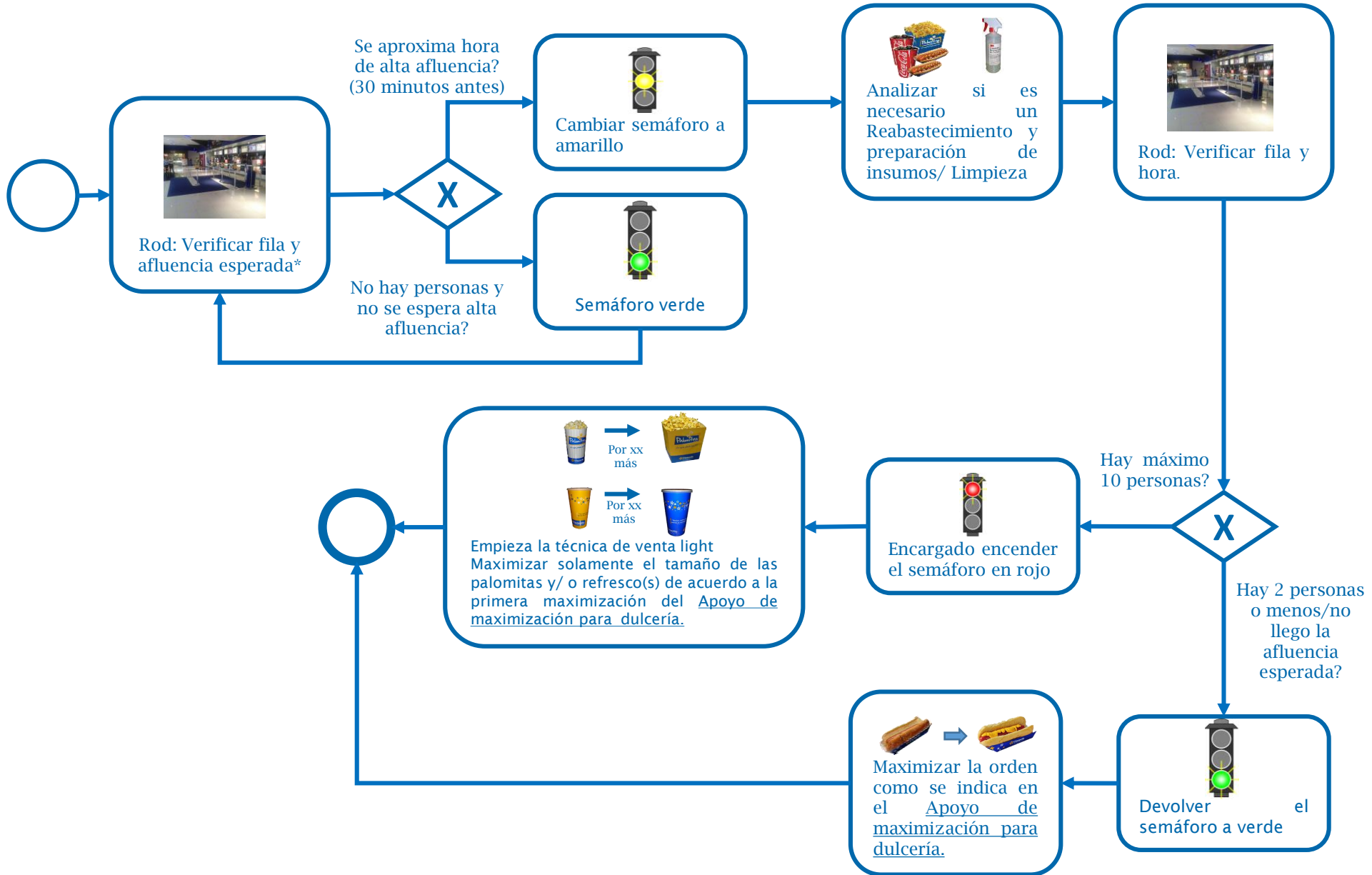
### Consideraciones

- Para utilizar el semáforo en amarillo y rojo, la unifila tiene que estar tipo "S".
- **Rojo:** 15 personas.
- **Amarillo:** Se aproxima hora de alta afluencia.
- **ROD:** Verificar continuamente la fila.

Proceso



# Dulcería Semáforo



\*Rod: Verificar programación y Traffic Flow .

# ANEXOS





### PRIMERA MAXIMIZACIÓN

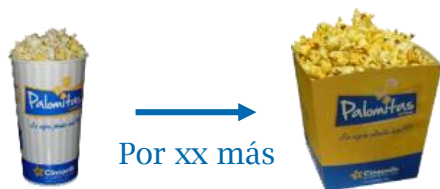
Se busca incrementar el tamaño de los productos.

Si el cliente no menciona el tamaño del producto decirle: **“¿Grande está bien?”**

Si el cliente menciona el tamaño del producto, empezar maximizando por el siguiente tamaño.

Si no acepta, mencionarle que por una diferencia de xx.xx se puede llevar el producto de mayor tamaño.

#### Ejemplos



### SEGUNDA MAXIMIZACIÓN

Se busca incorporar extras al pedido de acuerdo a los productos solicitados por el cliente.

Si hay promocionales de cubetas o vasos indicados por comercialización, se deben ofrecer en este nivel.

#### Ejemplos



### TERCERA MAXIMIZACIÓN

Se busca incrementar la cantidad de productos.

Si el cliente pide algo salado, ofrecer bebida.

Si pide bebida, ofrecer algo dulce o salado.

Si el cliente pide bebidas y algo salado, ofrecer algo dulce.

#### Ejemplos





## SUS.Scanton US

### Cláusula de Confidencialidad

Este documento y sus anexos contienen información estratégica de negocio, secretos comerciales y en general el *know-how* de Carbondale, S.L. Co. (“**Carbondale**”), y su grupo, derivados de experiencias comerciales y programas de investigación y desarrollo, y que han sido compilados para uso exclusivo de las filiales del grupo (y, en particular, de algunos de sus empleados y directivos), con el objetivo de asegurar e incrementar la rentabilidad y beneficio del grupo a largo plazo. El contenido de este documento y sus anexos es, por consiguiente, estrictamente confidencial y para el uso exclusivo de sus destinatarios.

En este documento y sus anexos tendrá la consideración de “**Información Confidencial**” toda documentación e información (de tipo económico, financiero, técnico, comercial, estratégico o de otro tipo), proporcionada de cualquier forma (oral, escrita o en cualquier soporte) y en cualquier momento, ya sea con anterioridad o posterioridad a la fecha de este documento o sus anexos, que no esté disponible públicamente, relativa a Carbondale, a cualquier sociedad de su grupo, o a cualquier persona relacionada con las mismas, incluyendo, sin limitación: información científica, técnica o arquitectónica; información relativa al negocio actual o futuro, experiencia comercial y planes de comercialización, incluyendo, pero no limitada a, información financiera, términos contractuales o información y datos de clientes; diseños, dibujos, programas de computadora y software; costos e información de precios; y identificación de personal u otros recursos para su posible uso comercial. En particular, será Información Confidencial toda documentación e información: (i) marcada como tal; (ii) identificada por Carbondale o su personal, bien de forma escrita o bien de forma verbal, como Información Confidencial; (iii) que tenga valor comercial; (iv) que no sea conocida a nivel general en el mercado o la industria; o (v) que por su naturaleza o por las circunstancias en que se produzca la revelación, deba de buena fe estimarse como tal.

Los destinatarios de este documento y sus anexos se comprometen a tratar y conservar en todo momento la Información Confidencial como secreta y confidencial y a no la comunicarla ni revelarla directa ni indirectamente (tanto en forma oral o escrita) a ninguna otra persona física o jurídica (con la única excepción de aquellos miembros del personal de Carbondale que tengan la necesidad de conocer dicha información para la prestación de sus servicios) sin que medie previa aprobación por escrito de Carbondale. La revelación, distribución, transmisión electrónica o copia de la Información Confidencial queda estrictamente prohibida. Los destinatarios de este documento y sus anexos acuerdan no duplicar, distribuir o revelar su contenido a través de ningún medio.