

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Funcionamiento familiar y su relación con las redes de apoyo familiar

Autor: Joel Alberto Manuel Ramirez Martin

**Monografía presentada para obtener el título de:
Ing. En Sistemas Computacionales**

**Nombre del asesor:
Aldo Israel Sandoval Monroy**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

FACULTAD DE INGENIERÍA EN SISTEMAS
COMPUTACIONALES

“Operación de Zoomusik.com”

MONOGRAFÍA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERO EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

PRESENTA

Joel Alberto Manuel Ramirez Martin

ASESOR

ALDO ISRAEL SANDOVAL MONROY

CLAVE: 16PSU0049F

ACUERDO: LIC100846

MORELIA, MICHOACÁN

08-2013

Me gustaría aprovechar este breve espacio en el documento para expresar todo mi agradecimiento a todos y cada uno de mis profesores, que desde que inicié con la educación académica me han transmitido sus conocimientos, que ahora son para mí una gran herramienta en la vida laboral y personal.

También me gustaría con este documento presentar un gran agradecimiento a "Vaquita", una persona que desde que la conocí hasta el último día que Dios le permitió estar en este mundo, con su gran amor cambió mi vida profesional y personal.

Por último y para mí el núcleo de mi fortaleza quiero agradecer a mi familia, a mi hermano y mi hermana que siempre han sido cómplices y amigos en cada uno de mis proyectos de vida, a mi abuelita que con la sabiduría que la vida le ha otorgado siempre tiene un consejo lleno de amor, a mi padre que con su esfuerzo e inteligencia nunca me faltó nada y que siempre ha tenido un atinado consejo en mi ámbito laboral y personal, y desde que llegué a este mundo ha sido para mí un gran apoyo con el que siempre puedo contar, y a mi madre que me enseñó a decir mis primeras palabras, que me mostró y me llevó por primera vez a la escuela, que me levantó cuando caí, que me llamó la atención cuando lo necesite, que me dio "Alas para volar" y que al igual que mi padre son para mí un gran ejemplo de vida.

Gracias Dios por todo lo que me das y lo que no me das.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	v
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	vi
ANTECEDENTES	vii
OBJETIVOS	viii
ALCANCES Y LIMITACIONES	ix
JUSTIFICACIÓN	x
Capítulo 1 Datos Generales	1
Capítulo 2 Imagen	2
2.1 Imagen zoomusik store y avenue store	2
2.2. Iluminación y acomodo de producto	2
2.3 Limpieza de la tienda	3
2.4 Zonas de atención para aseo:	3
2.5 Higiene y presentación de personal	4
2.6 Fumigación y protección de las instalaciones contra bichos	5
Capítulo 3 Productos	6
3.1 Estandares de calidad	6
3.2 Presentación de productos	6
3.3 Presentación	9
Capítulo 4 Pedidos	10
4.1 Pedidos	10
4.2 Existencia mínima y máxima de stock	10
4.3 Productos básicos internos (pbi)	11
4.4 Productos de adquisición variable	13
4.5 Capital de inversion	13
Capítulo 5 Contratación de Personal	14
5.1 Perfil de un buen vendedor “zoovender”	14
5.2 Descripción de puestos y perfiles	16
5.3 Reclutamiento:	17
5.4 Selección	17
5.5.Documentación:	18

5.6 Capacitación _____	18
5.7 Comisiones _____	19
5.8 Cómo saber las comisiones de cada zoovender? _____	20
Capítulo 6 Operación de la Tienda _____	21
6.1 Apertura de tienda _____	21
6.2 Atención al cliente _____	22
6.3 Ventas a público _____	23
Capítulo 7 Costo de Ventas _____	25
7.1 Gastos Fijos y Variables de tienda (Costos aproximados, varían conforme al tamaño) ____	25
7.2 Ganancia por Unidad. _____	26
7.3 Gastos de Publicidad y Marketing _____	27
Capítulo 8 Conclusiones _____	29
ÍNDICE DE TABLAS _____	30

RESUMEN

Éste documento está diseñado con el objetivo de establecer normas y políticas de calidad estandarizadas de forma general, que permitan el desarrollo de las actividades, selección de productos y atención al público de una manera congruente con las políticas definidas por Zoomusik S.A. de C.V. que están basadas en priorizar el servicio al cliente.

Las empresas requieren para su funcionamiento en cualquier nivel de la organización de manuales, que canalicen la técnica, la disciplina y la oportunidad con reglas que se deben conocer, entender y cumplir.

Zoomusik S.A. de C.V. ha desarrollado sus propias normas que son producto de la propia experiencia en la operación de sus Tiendas (“Stores”) y que han tenido el éxito previsto precisamente por su calidad en sus productos y el excelente servicio al cliente

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde 2010, cuando se realizó la primer apertura de Zoomusik.com Store, las operaciones en Zoomusik.com Store se han realizado de forma verbal, careciendo de un documento que permita de forma general ubicar los procesos que se realizan en ellas.

Actualmente Zoomusik.com Store. que cuenta con dos Sucursales ubicadas en centros comerciales de Morelia, Michoacán y laborando en ellas un promedio de 10 colaboradores opera con procesos que de forma verbal se aplican y se desarrollan, pero no cuenta con un documento escrito que permita al personal localizar de forma general los procesos claves de la operación cotidiana en las Sucursales.

Zoomusik.com Store a través de sus colaboradores requiere un documento que permita sentar las bases de manuales específicos que vayan creciendo conforme a las necesidades, que acompañadas con el crecimiento de Zoomusik.com se puedan mejorar.

ANTECEDENTES

Zoomusik.com es una empresa con capital 100% mexicano constituida bajo el regimen fiscal mexicano como “Sociedad Anonima de Capital Variable” con fecha oficial del 26 de Abril 2010.

Zoomusik.com inicia con el desarrollo de un reproductor web puesto en marcha el 15 de Mayo del 2010, logrando contratos publicitarios con diversas empresas ubicadas principalmente en Morelia entre las que destacan principalmente:

- Pepsi
- Universidad Lasalle
- Mediciones Clinicas
- Entre otras.

El 1 de junio se presentan oficialmente los 12 personajes que representan el “zoologico” de Zoomusik.com dando origen al desarrollo de los primeros articulos promocionales de la marca.

En Septiembre de 2010 se apertura la primer Tienda ofical de Zoomusik.com denominada “Zoomusik.com Store” en el centro commercial “Espacio las Americas”, logrando una gran aceptacion los productos ofertados.

En marzo de 2011 se apertura la segunda tienda ofical “Zoomusik Store” ubicada en el centro comercial “Plaza Morelia”, reforzando las ventas totales de Zoomusik.com.

En enero de 2012 se participa de forma satisfactoria en la “ExpoRegalo” relizada por la empresa “Espacio” realizada en el “Hipodromo las Americas” Ciudad de Mexico, logrando captar clientes mayoristas .

OBJETIVOS

Objetivo General:

Proporcionar a los colaboradores de Zoomusik.com de forma general el funcionamiento interno con respecto a las actividades realizadas en una sucursal Zoomusik.com Store, de tal forma que auxilie en la inducción de cada uno de los colaboradores, que por parte de la administración de Zoomusik.com se determine formaran parte de equipo.

Objetivos Especificos:

- 1.- Informar los procedimientos generales para lograr una imagen que unifique, armonice cada una de las sucursales Zoomusik.com Store.
- 2.- Introducir de forma general a los colaboradores la forma en la que los productos zoomusik.
- 3.- Mostrar de forma general las necesidades que Zoomusik.com Store requiere para la contratación de personal.
- 4.- Ayudar a los colaboradores en la introducción y desempeño de las actividades diarias en las sucursales Zoomusik.com Store.

ALCANCES Y LIMITACIONES

El presente documento nos permitira obtener un acercamiento general de las operaciones básicas de un Zoomusik.com Sotre, en el cual podremos en contrar puntos considerados de suma importancia como la imagen, productos, pedidos, personal, operacion de las tiendas.

Por lo que las limitaciones se definen de la siguiente forma:

- 1.- Por cuestiones de privacidad de Zoomusik.com Store, este documento no maneja Cantidades en cuanto a ventas mensuales o Anuales, asi como tampoco los costos por adquirir la marca Zoomusik.com
- 2.- Este documento contiene una apsecto general de operación de una tienda Zoomusik.com Store sin llegar al “know How” que Zoomusik.com Store a desarrollado.
- 3.- Este documento no cuenta con el catalogo de prodcutos asi como la gama de prodcutos que actualmente Zoomusik.com maneja, por lo que la lista de proveedores tampoco se podra encontrar en este documento.

Los alcances de este documento se definen de la siguiente forma:

- 1.- El presente documento queda como una base para la creaciones de manuales mas especificos para cada uno de los procesos.
- 2.- En este documento podremos encontrar de una forma general la operacion de Zoomusik.com Store
- 3.- Este documento permitirá tener un primer acercamiento a los futuros colaboradores en Zoomusik.com Store.

JUSTIFICACIÓN

Actualmente para Zoomsuik.com Store es necesario contar con un documento que permita, poner por escrito el conocimiento que a través de del tiempo y colaboradores se ha adquirido.

Es importante para el futuro de Zoomusik.com contar con un documento que permita sentar las bases de futuros manuales para cada proceso en específico, que permitan el desarrollo de una marca que contemple los procesos establecidos, y que genere una imagen homogénea en cada una de sus Tiendas a futuro.

Capítulo 1

Datos Generales

Zoomusik.com es una empresa con capital 100% mexicano constituida bajo el regimen fiscal mexicano como “Sociedad Anonima de Capital Variable” con fecha official del 26 de Abril 2010.

ZOOMUSIK SA DE CV

RFC: ZOO1004263B4

Cornelio Ortiz de Zarate no. 236

Col Constituyentes de Apatzingán de 1814

Morelia Michoacán México.

2.1. MATRIZ:

AV. Paseo de la República no. 5030 Local A – 14

Jardines del Rincón CP. 58270

Morelia Michoacán

2.2. SUCURSALES:

Plaza Morelia local A-14

Espacio Las Américas Isla 202

2.3. ADMINISTRACIÓN GENERAL:

M.A. Gina Elizabeth Ramírez Vicario

M.A. Joel Alberto Manuel Ramírez Martín

Capítulo 2

Imagen

2.1 Imagen zoomusik store y avenue store

Zoomusik S.A. de C.V. proporcionará al 100% el diseño necesario para la óptima operación de las tiendas, como lo es publicidad y artículos publicitarios, (lonas, flyers, tarjetas de presentación, hojas membretadas etc,), así como etiquetas para producto, tickets de compra, tickets para sellar bolsas, bolsas para producto, sellos, y cualquier solicitud que previamente se solicite.

Cabe destacar que el franquiciatario no podrá realizar ningún diseño que se muestre a público sin excepción que no sea avalado por Zoomusik S.A. de C.V. previamente. Zoomusik S.A. de C.V. también proporcionará formatos de venta para artículos personalizados, formatos de compra (en sistema) y formatos de cierre del día, lo anterior para generar una sinergia en todas las sucursales y obtener un óptimo control.

2.2. Iluminación y acomodo de producto

Es de suma importancia contar con mobiliario y equipo específico proporcionado por Zoomusik S.A. de C.V., así como respetar al 100% la imagen proporcionada por el mismo en todo momento.

Iluminación y Acomodo de producto

Mantener en todo momento (mientras se encuentre abierto) una iluminación adecuada en tiendas y fachada de la misma, producto armónicamente acomodado para la vista del cliente

2.3 Limpieza de la tienda

Zoomusik S.A. de C.V. es una empresa que se preocupa por brindar calidad, atención esmerada y sobre todo una imagen de higiene en su personal así como limpieza en todas sus instalaciones para infundir así confianza en todos sus clientes, ya que bajo estos parámetros se obtendrá la confianza de invertir en nuestros productos, esto se logra, con mucho cuidado en los aseos periódicos en toda el área de Público y en la exigencia hacia el personal.

El franquiciante debe contar con productos de limpieza de alta calidad para mantener en óptimas condiciones la Tienda, Pinol, Cloro, Toallitas desinfectantes, Guantes para dulce, Trapeador, Escoba, Recogedor, Aerosol para muebles de madera, Aromatizante etc.

2.4 Zonas de atención para aseo:

- **Dulceros:** Limpiar diariamente con toallitas húmedas de cloro y con una esponja seca posteriormente, de manera uniforme para evitar que se manche o se vea “rayado”.
- **Pisos:** Utilizar limpiador con aroma a pino. Limpiar como mínimo cada 2 días.
- **Área de baño:** pisos, paredes, espejos, taza, mingitorio, lavabo, bote de basura, jabonera, portarrollos, pota papel, etc.
- **Fachada:** paredes, cristales, lonas, maderas. Pisos, herrería, etc.

Nota:

La limpieza se llevara a cabo durante la jornada laboral cuantas veces sea necesario, los encerados con los que se efectuara ésta labor como son: trapeadores, trapos, escobas, etc. Deberán permanecer limpios y libres de todo mal olor, el aseo se efectuará de manera detallada y minuciosa cuidando que todo quede extremadamente limpio, éste trabajo se repartirá entre el personal que esté

laborando de manera equitativa asignándole a cada empleado ciertas labores específicas pero sin librarlo de apoyar en otras de ser necesario.

2.5 Higiene y presentación de personal

En todo momento y sin pretexto el personal deberá presentarse a laborar con el uniforme correspondiente y éste deberá estar limpio y bien planchado.

El uniforme se compone de:

- Camisa zoomusik de temporada en tela delgada. Tiene bordados los logotipos de la empresa y otros distintivos “patrocinadores”.
- Pantalón, Falda o short de mezclilla formal, sin hoyos o manchas, no deberá llevar estoperoles ni deslavados.
- Brazalete, únicamente lo utilizarán las personas responsables con el cargo de “manager”, el cual se debe portar siempre que se encuentre en alguna actividad relacionada con Zoomusik.com.

El uniforme se renovará cada 6 meses, serán diferentes diseños y patrocinadores.

El costo de los uniformes está sujeto a cambios de insumos y tallas.

Únicamente las camisas Zoomusik.com serán proporcionadas a los empleados y su importe les será descontado de sus percepciones, ellos a su vez, tendrán la obligación de usar únicamente mezclilla azul (con las especificaciones anteriores) y zapatos cómodos limpios de cualquier color, los cuales podrán ser de cualquier marca y modelo.

Toda persona que se encuentre físicamente en tienda y con vista a público, sin excepción alguna, deberá de portar el uniforme completo, bien planchado y extremadamente limpio.

Así como en el caso de los hombres no se permitirá el uso de aretes, o perforaciones visibles, tatuajes, pelo largo, barba y bigote, deberán practicar el baño diario el uso

de desodorantes para evitar malos olores. En el caso de las damas se permitirá el uso de solo un par de aretes por lo que queda prohibido perforaciones extras y tatuajes visibles, el uso del maquillaje será en forma discreta, baño diario, uso de desodorantes, pelo recogido.

En ambos casos uñas cortas y limpias, lavado constante de manos, se evitara rascarse, frotarse, sonarse y limpiarse el sudor directamente con las manos y en público por lo que esto se hará en el baño y posteriormente se lavarán las manos.

2.6 Fumigación y protección de las instalaciones contra bichos

Para el correcto funcionamiento de la tienda, es necesario contar con extrema limpieza y control de insectos, por lo que el franquiciatario está obligado a realizar limpieza a fondo mínimo 2 veces por semana, moviendo producto, mobiliario y maquinaria, así como se obliga a utilizar productos de limpieza de calidad que garanticen la eliminación de bichos, bacterias y suciedad que pueda ocasionarse.

Aunado a lo anterior, es obligatorio realizar fumigación de la Tienda con personas capacitadas y dedicadas a éste giro en específico mínimo bimestralmente, cuando se realice es necesario enviar una notificación a Zoomusik S.A. de C.V. para su debido control y monitoreo.

Capítulo 3

Productos

3.1 Estandares de calidad

Zoomusik S.A. de C.V. es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de productos, una de nuestras principales políticas es mantener calidad total en todo lo que se realiza y compra , procurar que sean de lo más competitivos para beneficio de nuestros asociados, siempre y cuando esto no dé como resultado la pérdida de la calidad, en detrimento de la imagen o un mal servicio.

Los productos y proveedores autorizados han demostrado poseer la calidad requerida para una excelente elaboración, presentación y operación de nuestros productos.

Por lo que cualquier producto primeramente será revisado y aprobado unicamente por la administración general.

3.2 Presentación de productos

Todos los productos exhibidos, tienen que contar con especificaciones obligatorias y estandarizadas sin excepción alguna como son:

Etiquetación

Tabla 3.1 Etiquetación

<p>ETIQUETAS DE PELUCHE</p>	<p>Las etiquetas serán diseñadas por Zoomusik S.A. de C.V., conforme la temporada en la que se encuentre. Se enviarán a un correo designado por el franquiciatario, en el cual vendrán adjuntos en tamaño TABLOIDE la mayor cantidad de etiquetas que se puedan colocar dentro de éste, las cuales estarán listas para ser impresas con un distribuidor autorizado por Zoomusik S.A. de C.V.</p> <p>Se recortarán de manera uniforme siguiendo las líneas de guía, poniendo completo cuidado de no recortar de más ninguna de las áreas de la etiqueta, en dado caso que no se cumpla con una imagen 100% perfecta, se tendrá que desechar la misma.</p>
<p>PAPEL DE ETIQUETA DE PELUCHE</p>	<p>El papel autorizado es invariablemente KROMACOTE BRILLANTE.</p> <p>En dado caso que no tengan en existencia contactar a sucursal matriz para avalar el tipo de papel.</p>
<p>PROVEEDOR DE IMPRESION</p>	<p>Contacto: Determinado po Zoomusik.com Store e-mail: email@zoomsuik.com</p>
<p>OPERACIÓN:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Zoomusik SA DE CV realiza el diseño de las etiquetas dependiendo de la temporada. 2.- Las envía por e-mail a todas las sucursales 3.- La persona autorizada de cada sucursal envía la cantidad que necesita al proveedor designado. 4.- Pasa a recogerlas y realiza el pago correspondiente. 5.- Etiqueta cada producto con un diseño armónico al artículo. 6.- Revisa calidad del artículo. 7.- Se pone en exhibición.

<p>ETIQUETAS DE PELUCHE</p>	<p>Las etiquetas serán diseñadas por Zoomusik S.A. de C.V., conforme la temporada en la que se encuentre. Se enviarán a un correo designado por el franquiciatario, en el cual vendrán adjuntos en tamaño TABLOIDE la mayor cantidad de etiquetas que se puedan colocar dentro de éste, las cuales estarán listas para ser impresas con un distribuidor autorizado por Zoomusik S.A. de C.V.</p> <p>Se recortarán de manera uniforme siguiendo las líneas de guía, poniendo completo cuidado de no recortar de más ninguna de las áreas de la etiqueta, en dado caso que no se cumpla con una imagen 100% perfecta, se tendrá que desechar la misma.</p>
<p>PAPEL DE ETIQUETA DE PELUCHE</p>	<p>El papel autorizado es invariablemente KROMACOTE BRILLANTE.</p> <p>En dado caso que no tengan en existencia contactar a sucursal matriz para avalar el tipo de papel.</p>
<p>PROVEEDOR DE IMPRESION</p>	<p>Contacto: Determinado po Zoomusik.com Store</p> <p>e-mail: email@zoomsuik.com</p>
<p>OPERACIÓN:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Zoomusik SA DE CV realiza el diseño de las etiquetas dependiendo de la temporada. 2.- Las envía por e-mail a todas las sucursales 3.- La persona autorizada de cada sucursal envía la cantidad que necesita al proveedor designado. 4.- Pasa a recogerlas y realiza el pago correspondiente (aprox. 8.50c/u tamaño tabloide) 5.- Etiqueta cada producto con un diseño armónico al artículo. 6.- Revisa calidad del artículo. 7.- Se pone en exhibición.

3.3 Presentación

Sin excepción, todos los productos exhibidos tendrán que estar debidamente etiquetados e impecables. Impecables en el sentido a que deberán de estar 100% limpios, libres de polvo, suciedad y/o defectos.

Será responsabilidad del Franquiciante el mantener todos y cada uno de los artículos en perfectas condiciones.

En dado caso que algún artículo sufra un accidente, descompostura, manchado etc., se deberá de dar de baja del sistema inmediatamente y si se cree conveniente, suponiendo que el artículo cumple con la “mayoría” de las especificaciones para ser puesto en venta, se tendrá que enviar un correo electrónico a Zoomusik S.A. de C.V., en el cual se comente la situación del (los) productos y solicitar un descuento, cambio y/o merma del producto.

Capítulo 4 **Pedidos**

4.1 Pedidos

El catálogo de productos autorizados por Zoomusik S.A. de C.V. se encuentra en el sistema, en el módulo de PEDIDOS, el cual arroja una serie de artículos los cuales cuentan con:

- Nombre del artículo
- Precio zoomusik
- Precio de venta
- IVA (si el proveedor lo maneja como obligatorio)
- Cambio de precio (si es que existe)
- Observaciones (para especificar colores o algo en particular)
- Subtotal, IVA y total.
- Fotografía (pendiente)

Nota: Para ver manejo del sistema en línea consultar manual operativo del sistema.

4.2 Existencia mínima y máxima de stock

De acuerdo a la experiencia en nuestras sucursales se recomienda contar siempre con productos en bodega de reserva, sobre todo para los artículos que manejamos de varios colores, tamaños, etc. Por lo que a continuación se enlistan las existencias mínimas y máximas.

4.3 Productos básicos internos (pbi)

Son productos cuya existencia es básica para el funcionamiento de la Tienda, y es recomendable poseer una existencia mínima para evitar interrupciones en el servicio, mala presentación y deterioro de la imagen corporativa, los productos marcados con asterisco se deberán comprar al Franquiciante de forma OBLIGATORIA Y EXCLUSIVA.

Tabla 4.1 Bolsas y Etiquetas

PRODUCTO PBI	UNIDAD	MÍNMO	MÁXIMO	FUNCIÓN
*Bolsas kraft sencillas mini	Paq. 100 pzas.	50	300	Todas las ventas “de artículos pequeños”, sin excepción alguna, se entregarán en éste tipo de bolsa previamente selladas, limpias y nuevas. Dependiendo del tamaño del artículo.
*Bolsas kraft sencillas ch.				
*Bolsas kraft sencillas ch larga				
*Bolsas kraft sencillas med1				
*Bolsas kraft sencillas med2				
*Bolsas kraft sencillas gde.				
*Bolsas kraft sencillas mega				
*Sello circular zoomusik.com	1 pza	1	2	Todas las bolsas kraft sencillas tienen que ir selladas en la parte inferior derecha por ambas caras.
*Sello largo zoomusik.com	1 pza	1	2	Se utiliza únicamente para documentos formales.

*Bolsas Kraft Zoomusik	250 pzas	50	500	Son para todas las ventas, producto que no quepa en bolsas sencillas.
Stickers (tickets)	Tabloide	2	10	Se utilizan para sellar todas las bolsas al momento de cerrar la venta. Se recortan de manera uniforme siguiendo las líneas de trazo y posteriormente recortar las esquinas y el círculo, de manera que no quede espacio en blanco.
Etiquetas para producto	Tabloide	5	20	Todos los productos que se encuentren en exhibición, tendrán que estar debidamente etiquetados. Se enviarán al correo proporcionado.
Pistola para etiquetar	1 pza	1	3	Su función es perforar el artículo dejando la etiqueta colgando.
Municiones de pistola etiquetadora	1 Caja	.5	2	Son de plástico transparente y se utilizan para la pistola.
*Etiquetas “De – para zoomusik.com”	Tabloide	2	5	Estas etiquetas son diseñadas por Zoomusik.com para venderlas en \$5.00mxn, se deberán ofrecer en la compra de cualquier artículo.

4.4 Productos de adquisición variable

Tabla 4.2 Porcentajes de Productos

PRODUCTO	UNIDAD	MÍNIMO % TOTAL	MÁXIMO	FUNCIÓN
Peluche	1	20%	60%	Venta Público.
Electrónicos (relojes, bocinas etc)	1	10%	30%	
Regalo	1	15%	45%	Bolsas de regalo, moños, cajas etc.
Globos	1	5%	15%	
Dulce	Kg.	1.5 kg c/u 15%	9 kg 45%	Por dulcero
Artículos de Sublimación	1	5%	15%	Artículos 100% personalizados. Zoomusik realiza el diseño.
Novedades	1	15%	45%	Proveedores y artículos nuevos o de moda.
Artículos de temporada	1	15%	45%	Dependiendo de la temporada por la que se atraviese (14 de Febrero, Día de las madres, Halloween, Navidad etc)

4.5 Capital de inversión

La inversión mínima para un pedido dependerá directamente de las ventas suscitadas en el mes anterior. Hay que tomar en cuenta que existen meses altos y meses bajos. El Stock constituye una inversión que permite asegurar en condiciones óptimas la continuidad de las ventas.

Capítulo 5 Contratación de Personal

5.1 Perfil de un buen vendedor “zoovender”

Tabla 5.1 Cualidades de un Zoovender

Vendedor tradicional	Zoovender
Le gusta ejercer la venta aunque desea acceder a otro puesto administrativo o de escritorio.	Le gusta mucho y llega a amar la profesión, siempre se mantiene proactivo en las actividades que se realizan.
Carece de inquietud en aprender, leer e informarse sobre su profesión.	Está motivado a aprender permanentemente.
Su motivación principal está sólo en su ingreso mensual.	Su motivación principal consiste en proveer satisfacciones a sus actuales y potenciales clientes, generando un alto ingreso por su acertado desempeño.
Es desorganizado en sus tareas y se resiste a incorporar comprobadas mejoras en su gestión que modifiquen su actual estado.	Es organizado y valora todo aquello que le permita maximizar su tiempo productivo diario.
Carece de motivación en su perfeccionamiento.	Está motivado en perfeccionarse en forma continua durante toda su vida.
Actúa en la venta por necesidad o por otras circunstancias del destino.	Actúa en la profesión porque la ha elegido.
No valora los sentimientos y perjuicios que pueda ocasionar en sus	Tiene muy en cuenta los valores y sentimientos de cada entrevistado y

entrevistados (clientes actuales y potenciales).	evita afectarlos por posibles errores de su gestión.
No es responsable de sus buenos o bajos logros y busca justificarlos buscando "chivos expiatorios", excusas y justificaciones.	Es responsable y se hace cargo siempre de sus resultados, corrigiendo sus errores inmediatamente para no incurrir en ellos nuevamente.
Desperdicia el tiempo productivo diario y confía sólo en su intuición, en su maravillosa memoria y en su "buena suerte".	Aprovecha cada hora del día en tareas que proveen resultados, confiando y perfeccionando su método de trabajo y en el análisis.
Una venta cerrada es un negocio concluido.	Cada venta cerrada (o no) representa un sólido vínculo a desarrollar durante muchos años, cosechando así nuevos negocios y clientes del mismo.
Fundamenta su fortaleza de venta en sus cualidades naturales para seducir y convencer al prójimo, aún cuando pueda no beneficiarlo.	Fundamenta su fortaleza de venta en el conocimiento de sus productos o servicios y en los de su competencia, con el fin de beneficiar a sus clientes actuales y potenciales con su mejor asesoramiento.
Todos los días "sale a ver qué pasa", confiando en su buena fortuna.	Todos los días "sale a hacer que pase" planificando su diaria actividad para que aproveche cada minuto con todo el potencial que posee para lograrlo.
Alcanza a cumplir (o no) sus objetivos en los últimos días de cada mes.	Alcanza a cumplir (o no) sus objetivos en forma proporcional en cada semana del mes.

5.2 Descripción de puestos y perfiles

Debido a la gran importancia que tienen las ventas diarias en Zoomusik.com S.A. de C.V. es necesario contar con personal que cuente con aptitudes y actitudes que permitan un excelente desarrollo interno y que generen las ventas requeridas por los mínimos de ventas que se determinen por el área administrativa por lo que a continuación se describe de forma general los requerimientos mínimos para los puestos de “Zoomanager” y “Zoovender”:

Tabla 5.2 Requerimientos mínimos de Colaboradores

Zoomanager	<p>Escolaridad mínima: Preparatoria o equivalente</p> <p>Edad: 20 – 25 años</p> <p>Sexo: Indistinto</p> <p>Estado Civil: Indistinto</p> <p>Aptitudes: Don de mando, acostumbrado a trabajar bajo presión, dinámico, amable, excelente presentación, buen trato al público, entusiasta, hábil para resolver problemas, sociable, ordenado, líder, seguro, optimista, enérgico.</p>
Zoovender	<p>Escolaridad mínima: Preparatoria o equivalente</p> <p>Edad: 18- 25 años</p> <p>Sexo: Indistinto</p> <p>Estado Civil: Indistinto</p> <p>Aptitudes: Excelente presentación, dinámico, buen trato al público, entusiasta, amable, ordenado, empático, sociable, seguro, abierto, enérgico.</p>

5.3 Reclutamiento:

En temporada baja se puede tener una sola persona encargada de la tienda por el turno de la mañana y por la tarde es recomendable tener dos.

En temporada alta se recomienda tener 2 personas como mínimo al pendiente de la tienda y como un apoyo una tercera, aunque sea externa pero que se encuentre disponible en caso de que se requiera.

Para el reclutamiento de una zoovender es necesario enviar un correo a Zoomusik S.A. de C.V. para que éste, en coordinación con todas las sucursales cercanas, revisen en primera instancia si alguna de los zoovenders ya existentes que tengan medio tiempo, quisieran doblar turno, y con esto logramos un mayor compromiso, mayor remuneración y ahorro en gasto/tiempo de capacitación.

En dado caso que lo anterior no sea posible, se realizará la campaña prevista de reclutamiento de personal pegando carteles en las tiendas y vías alternas de comunicación con las que se cuente en ese momento.

Zoomusik S.A. de C.V. será el responsable de realizar las entrevistas, evaluando el perfil, desempeño y presentación, aunado a un perfil psicométrico diseñado para personal de ventas.

5.4 Selección

Para seleccionar al personal adecuado, es necesario seguir los siguientes pasos:

1. En el momento de recibir la solicitud, cuando se presente el interesado en alguna tienda, es importante preguntarle disponibilidad de horario y ocupación.
2. Cerciorarse que todos los datos de su solicitud estén completos, en especial teléfono celular y de casa.

3. Preguntar cómo es que se enteró de la vacante
4. Enviar escaneada o físicamente la solicitud con los comentarios anteriores sin olvidar la percepción de la persona que lo recibió.
5. Zoomusik S.A. de C.V. realizará una entrevista posterior, en la cual evaluará el perfil del solicitante, explicará métodos de trabajo, sueldos, prestaciones, horarios y todo lo que conlleve su puesto.
6. Se realizará el filtro correspondiente evaluando sus aptitudes, desempeño y resultados de los exámenes.

5.5.Documentación:

- Solicitud de empleo completa y/o currículum vitae.
- Acta de nacimiento.
- Comprobante de domicilio.
- Certificado de no antecedentes penales(no mayor a 6 meses).
- 2 fotografías tamaño infantil de frente.

5.6 Capacitación

Ésta se hará una vez cumplido con los requisitos anteriores y posteriormente:

- Se entregará el manual de ventas
- Se firmará contrato
- Se firmará Políticas y Reglamento
- Se entregarán uniformes
- Horario y días de descanso

La capacitación tiene una duración aproximada de 21 horas, administradas periódicamente dependiendo del área en la que se vaya a desarrollar. Tendrá que estar en tienda trabajando en espejo con una zoo manager de ZOOMUSIK S.A. de C.V., y los gastos correrán por cuenta del franquiciatario, éstos gastos incluyen días

de capacitación y viáticos que por alimentación, hospedaje y traslado se generen. (Únicamente en dado caso que sea necesario).

En la capacitación se indicará la forma de cómo llevar el control sobre las ventas y el inventario de los productos.

- ✓ Cortes de caja
- ✓ Formato para venta de artículos sublimados
- ✓ Control de asistencias y retardos
- ✓ Control de inventarios
- ✓ Formato para pedidos de producto

5.7 Comisiones

A fin de mes, se tiene que dar el porcentaje de comisiones a cada zoovender, que varía de la siguiente manera:

Sueldo base +

- 2% comisión por zoovender sin cumplir la meta
- 5% comisión por zoovender cumpliendo la meta

META: La meta es un monto en específico que se tiene que cubrir semanalmente, dependerá de la sucursal directamente, evaluando estadísticas como flujo de gente, mercado potencial, horarios, temporadas etc., esto lo determinará Zoomusik S.A. de C.V. y se reflejará en sistema. Se podrá identificar de manera fácil: cuando el monto semanal deje de ser rojo y se convierta en blanco o verde, significa que la meta se ha rebasado.

5.8 Cómo saber las comisiones de cada zoovender?

En el sistema, con la cuenta de “Zoomanager”, se pueden sacar reportes de ventas por Zoovender. Se recomienda hacerlo de la siguiente manera:

1. Sacar la venta total mensual entre todos los zoovender.
2. Sacar la venta semanal identificando las semanas que se cumplió la meta.
(Todas las semanas de Lunes a Viernes)
3. Sacar la venta semanal por Zoovender, y en las semanas positivas contemplar el 5% y en las negativas el 2%.

Capítulo 6 Operación de la Tienda

6.1 Apertura de tienda

En este apartado se enlistan una serie de disposiciones que deberán ser observadas con estricto apego a la norma para el buen funcionamiento de la empresa.

Responsable de apertura:

1. Abrir correctamente la tienda (quitar candados, llaves, prender las luces necesarias)
2. Encender artículos en venta como lámparas de lava ó productos que tengan botón de encendido y que estén de exhibición.
3. Encender la computadora, abrir el sistema de ventas y encender la pantalla (tv), en donde se tiene que mostrar la página www.zoomusik.com
4. Revisar el corte del día anterior y que en caja estemos recibiendo “caja inicial” en cambio, o billetes y monedas de baja denominación.
5. Revisar los dulceros de la tienda que estén impecables, asimismo, revisar que las palas y pinzas para tomar en dulce se encuentren limpias y bien acomodadas.
6. Poner música ambiental tranquila y amable.
7. Limpiar con escoba, recogedor y trapeador la toda tienda, sacudir las repisas y el mostrador.
8. Acomodar el producto y rotar cada vez que sea necesario (mín 3 veces por semana).
9. Revisar que estan selladas por los 2 lados bolsas kraft para ventas y bolsas bond para dulces. De lo contrario sellarlas. Revisar en la parte lateral de los dulceros las bolsas blancas con la calcomanía del logo de zoomusik.com pegada en la parte central de la bolsa si no es así debo sacar más bolsas y

pegar las calcomanías ya que no se puede vender el dulce sin que las bolsas no contengan la calcomanía del logo de la tienda.

10. Revisar que exista suficiente papel de china, cortado en diferentes tamaños (dependiendo del tamaño de la bolsa y/o caja, es el papel de china que se utilizará) y hecho “churritos” para el relleno de las bolsas.

6.2 Atención al cliente

Para Zoomusik S.A. de C.V., lo más importante son sus clientes, es por eso que es necesario brindar un excelente servicio personalizado. Se debe de tratar con extremada amabilidad, rapidez y cortesía, para lo cual el personal deberá de tener la mayor disponibilidad para que el cliente en todo momento se sienta cómodo, bien atendido y reciba un trato directo y personalizado. Para lograr lo anterior, enumeramos algunos pasos a seguir:

1. Al entrar la clientela a la Tienda, se le saluda cordialmente “Hola / Buenos días, tardes, noches” “En lo que le podamos ayudar estoy a sus órdenes”
2. Nos acercaremos al cliente lo más que él lo permita (usar criterio), si comienza a preguntar por algunos artículos mostrárselos dándole la oportunidad de palparlos, sentirlos y verlos de cerca, si vemos que no es de su agrado, mostrarle algún otro similar.
3. En dado caso que no vea algo en especial o no pregunte por algún artículo, cuestionarle si está buscando algo en especial o para alguien en especial... posteriormente en base a su respuesta podemos dejarlo seguir viendo o bien, si nos dio datos, utilizarlos para mostrarle producto que pueda ser de su agrado (sin ser demasiado insistentes).
4. Así mismo no está de más cuestionarle “Y como que presupuesto tiene”
5. Debemos de hacer que el cliente sienta que nos importa su inquietud, y que estamos ahí para resolverle sus dudas y apoyarlo en el caso de estar indeciso o perdido en cuanto al regalo que desea.

6. Brindarle facilidades en el caso de ver que “se va”, comentarle del sistema de apartado, que son productos MEXICANOS REALIZADOS POR ARTESANOS (por ejemplo), o bien, se le puede hacer hasta un 10% de descuento en un caso EXTREMO.
7. En el momento de envolver un regalo, hacerlo de manera rápida y espectacular, utilizando imaginación y combinaciones de colores adecuados.
8. Al despedir al cliente, hacerlo con una sonrisa y “Excelente tarde / Buen día / Estamos para servirle / Regrese pronto”.

6.3 Ventas a público

Todos los artículos se deberán de ingresar al sistema correctamente hasta que arroje un ticket de venta.

Se preguntará al cliente si es para regalo y desea que se le envuelva en alguna bolsa o caja en especial.

En caso de decir que sí: se ofrecen envolturas en las que el artículo quepa perfectamente. Utilizar el criterio propio para ofrecer (envoltura masculina-femenina-infantil-elegante etc.) dependiendo del artículo que se esté vendiendo y las indicaciones del cliente.

Todas las envolturas incluyen papel de china y en el caso de las cajas, moño ya sea de listón ó de papel.

- 1.1.1. En caso de que el cliente no quiera gastar “más” en envoltura, ofrecerle el regalo arreglado con la bolsa de papel kraft, papel de china y moño.

En caso de decir que no desea envoltura o no es para regalo: el artículo se introduce en la bolsa de papel kraft del tamaño que le corresponda (previamente sellada),

cerrada con un "TICKET ZOOMUSIK", se imprime el ticket, se cobra y se regresa cambio si se requiere.

Formato de cierre: se utiliza para llevar el correcto control de las ventas diarias del día. Al final del cierre se ingresa en un sobre éste formato junto con la Venta Total del día, anexando también los comprobantes de la Terminal Punto de Venta y los "vales" de gastos firmados por la persona que los autoriza.

Capítulo 7 Costo de Ventas

7.1 Gastos Fijos y Variables de tienda (Costos aproximados, varían conforme al tamaño)

En este punto se podrán observar gastos aproximados de gastos fijos y variables que se tendrán que cubrir mensualmente en tienda, el monto total exacto dependerá del tamaño de cada una, gastos variables incluyendo Renta entre otros factores. Revisar su cotización y su investigación de previa apertura.

Tabla 7.1 Gastos

Gastos fijos		
<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Luz • Teléfono • Internet • Renta* • Impuestos (Determinado bajo el regimen que se registre). 		
Nómina	<p>2 personas por tienda mín en temporada baja.</p> <p>3 personas por tienda mín en temporada alta. (Dic – Febrero)</p>	Semanales (42 horas)
Comisiones	<p>Sueldo base +</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2% comisión sin cumplir la meta 	

	<ul style="list-style-type: none"> • 5% comisión cumpliendo la meta <p>La meta es semanal y se pagan las comisiones mensualmente. (Consultar su meta en el sistema y/o punto de comisiones.)</p>	
Regalías	9.5% del total de las ventas mensuales.	

7.2 Ganancia por Unidad.

Tabla 7.2 Porcentajes de ganancias por Categorías

Peluches:	100 – 140% utilidad.
Novedades:	100 – 250% utilidad.
Dulce:	100 – 250% utilidad.
Artículos sublimados:	80 – 150% utilidad.

Zoomusik S.A. de C.V. es una empresa que busca siempre estar a la vanguardia en cuanto a artículos de moda, estamos conscientes que la innovación es uno de los puntos más importantes para el éxito de cualquier empresa, aunado a que la economía mundial está en constante cambio es muy difícil poder generalizar un precio y un margen de utilidad bruta por cada uno.

7.3 Gastos de Publicidad y Marketing

Como sabemos, la publicidad y el marketing es de vital importancia para cualquier empresa, sobre todo para una que tiene poca edad y en el caso específico de Zoomusik S.A. de C.V. para el nicho de mercado al que se dirige, por el producto y tipo de artículos que maneja (que no son de primera necesidad), por mantener presencia y posicionamiento de marca etc., es por éstas y muchas otras razones que no por no mencionarlas son de menor peso, que se realizan constantemente campañas publicitarias, aplicaciones, activaciones e innovaciones que ayuden a soportar la basta competencia con la que se cuenta.

No existe una cuota mensual cobrada al franquiciatario destinada para éste tipo de desarrollos y aplicaciones, ya que es muy variable el costo dependiendo de la aplicación, así mismo Zoomusik S.A. de C.V., analiza y dependiendo de la temporada por la que se esté, se realizan o no aplicaciones grandes o pequeñas.

En el caso que se decida que se hará una campaña publicitaria, una activación, publicidad, evento etc., que requiera apoyo de todas las sucursales, se les hará saber en la junta mensual al Zoomanager o bien, vía correo electrónico (si se habla de una suma menor), es obligación del franquiciatario apoyar por completo a lo que le sea solicitado. En caso de no poder cumplir con lo requerido y por causa de fuerza mayor, se tendrá que enviar un escrito inmediatamente a Zoomusik S.A. de C.V., el cual indique la (s) razones específicas, y alguna contrapropuesta. Cabe mencionar que el estudio que se realiza es tomando en cuenta todos los puntos en donde se encuentran las sucursales, por lo cual es sumamente difícil se pueda condonar la solicitud o el monto solicitado.

Así mismo, los gastos de marketing en su gran mayoría se absorberán por Zoomusik S.A. de C.V. como una prestación, solo en casos indicados se solicitará el pago económico y/o humano para realizar el plan mercadológico que se requiere.

La sucursal deberá de apoyar con capital humano y capital económico cuando se indique, es por ésta razón que se recomienda destinar un % menor de las ventas a éste fondo, para que en el momento que se solicite se tenga a disposición y no se sienta una inversión fuerte.

Capítulo 8 Conclusiones

Con la creación de este documento se puede concluir que permitirá a los colaboradores actuales y futuros en Zoomusik.com tener un primer acercamiento y una mejor inducción a los procedimientos vitales de las Tiendas, logrando fortalecer e unificar la imagen en cada una de las tiendas Zoomusik.com.

Es importante resaltar que en este documento podemos señalar que se tiene una introducción de la presentación que deben de tener los productos dentro las tiendas Zoomusik.com.

Adicionalmente en este documento se presenta de forma general la forma en la que Zoomusik.com desea encontrar en el personal que labora en Zoomusik.com permitiendo unificar y hacer del conocimiento general lo que se busca en el capital humano.

De tal forma concluimos, que la realización de este documento permite a cada uno de los colaboradores presentes y futuros dentro de Zoomusik.com tener una inducción mas precisa de los procedimientos básicos de las Tiendas.

Por ultimo cabe señalar que la realización de este documento, se ha podido concluir que se han sentado las bases para desarrollos futuros de manuales, que conforme con el crecimiento de Zoomusik.com y la demanda de los clientes sean necesarios en un futuro desarrollar.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1 Etiquetación.....	7
Tabla 4.1 Bolsas y Etiquetas	11
Tabla 4.2 Porcentajes de Productos	13
Tabla 5.1 Cualidades de un Zoovender	14
Tabla 5.2 Requerimientos minimos de Colaboradores.....	16
Tabla 7.1 Gastos.....	25
Tabla 7.2 Porcentajes de ganancias por Categorías.....	26