

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES.



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA AMPLIACIÓN DE
LOS SERVICIOS DE UNA CONSULTORÍA JURÍDICA
INCORPORANDO LA LÍNEA DE PROPIEDAD
INTELECTUAL**

**TESIS PARA OBTENER
EL GRADO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN.**

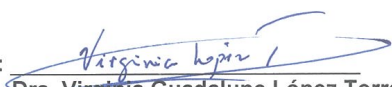
**PRESENTA:
JANNETH CHAVERO FIGUEROA.**

Ensenada, Baja California.

Junio de 2019

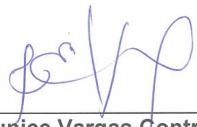
CONSTANCIA DE APROBACION

Director de tesis:


~~Dra. Virginia Guadalupe López Torres~~

Aprobado por los integrantes del sínodo

1.-


Dra. Eunice Vargas Contreras

2.-


Dr. Luis Ramón Moreno Moreno

Agradecimientos

Agradezco primeramente a mi mejor amigo y cómplice de vida; mi esposo, por su paciencia, amor y apoyo incondicional durante estos años de estudio; eres mi inspiración y motivación.

Al amor de mi vida, mi hija Magdalena, quien en mi vientre es luz de mi camino. Un día espero ser parte de tus logros y alegrías, tal y como tú lo eres hoy para mí amor mío.

Gracias a mis padres, por impulsar mis sueños, por creer en mí y en mis expectativas; gracias por cada consejo y por estar siempre para mí, los amo con toda mi alma.

De igual forma, agradezco a mi alma mater la Universidad Autónoma de Baja California, por haberme permitido formarme en ella, así como al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y todas las personas que fueron partícipes de este proceso. A mi tutora y guía la Dra. Virginia Guadalupe López Torres, por su paciencia y dedicación a este proyecto. Gracias maestra.

Por último, pero no menos importantes, agradezco a mis grandes amigos, quienes estuvieron en todo momento motivando este logro. Siembra una buena y sincera amistad, y muy probablemente el tiempo te permitirá disfrutar de una agradable cosecha. Gracias de corazón amigos.

Resumen

El presente proyecto consiste en la realización de un plan de negocios, con base en un estudio de factibilidad integrado por los parámetros de posicionamiento de marca y viabilidad de la ampliación de una consultoría jurídica, incorporando la línea de propiedad intelectual.

CCB Consultoría Corporativa, es una firma de reciente creación ubicada en la ciudad de Ensenada, Baja California, la cual se encarga de brindar asesoría y representación legal a personas físicas y morales en áreas jurídicas tales como Derecho Penal, Laboral, Civil, y Mercantil, contando con presencia en la ciudad, por lo que pretende ampliar sus servicios con el ánimo de encaminarse a una visión empresarial, por lo que la presente investigación sirve como referencia para los objetivos de la organización.

Palabras clave: Estudio Técnico, Estudio Financiero y Estudio de Mercados.

Abstract

The present project consists of the realization of a business plan, based on a feasibility study integrated by the parameters of brand positioning and viability of the expansion of a legal consultancy, incorporating the line of intellectual property.

CCB Consultoría Corporativa, is a recently created firm located in the city of Ensenada, Baja California, which is responsible for providing advice and legal representation to individuals and corporations in legal areas such as Criminal, Labor, Civil, and Commercial Law, having presence in the city, so it intends to expand its services with the aim of moving towards a business vision, so that this research serves as a reference for the objectives of the organization.

Tabla de Contenido

Introducción.....	10
Antecedentes	10
Planteamiento de estudio	11
Objetivo del trabajo terminal.....	13
Justificación del estudio	13
1. Naturaleza del proyecto	18
1.1 Nombre de la empresa.....	18
1.1.1 Lema y logotipos.....	19
1.2 Descripción de la empresa.....	19
1.2.1 Giro o sector	20
1.2.2 Tamaño.....	20
1.2.3 Ubicación.....	20
1.2.4 Descripción de la empresa	20
1.3 Misión y Visión de la empresa.	21
1.4 Objetivos de la empresa	21
1.5 Ventajas competitivas	22
1.6 Análisis de la industria o sector	22
1.7 Producto de la empresa.....	23
1.8 Impacto tecnológico, económico y ambiental	25
Capítulo 2. El mercado	27
2.1 Investigación de mercados	27
2.1.1 Tamaño de la muestra	28
2.1.2 Instrumento para la investigación	29
2.1.3 Resultados	30
2.1.4 Conclusiones de la encuesta.....	35
2.2 Estudio de mercado.....	35
2.2.1 Productos sustitutos	36
2.2.2 Portafolio de productos.....	36
2.2.3 Productos sustitutos.....	37
2.3 Producto	38
2.3. Distribución y punto de venta	40
2.3.1 Miembros del canal y sus funciones	40
2.4 Promoción del producto o servicio.....	40
2.4.1 Estrategias promocionales de ingreso.....	41
2.5 Fijación y políticas de precio.....	42
2.6 Plan de introducción al mercado	46
2.7 Riesgos y oportunidades del mercado.....	47
2.7.1 Análisis FODA.	48
Capítulo 3. Producción	53
3.1 Descripción de los procesos de producción.....	53
3.2 Diagrama de flujo del proceso	54
3.3 Características de la tecnología empleada.....	57
3.4 Equipo e instalaciones	57
3.5 Materia prima	58
3.6 Manejo de inventarios de servicios concluidos.....	58
3.7 Ubicación de la empresa.....	59

3.8 Diseño y distribución de la planta y oficinas	60
3.9 Mano de obra requerida	62
3.9.1 Programa de servicio.....	63
Capítulo 4. Organización	65
4.1 Estructura organizacional.....	67
4.2 Funciones específicas por puesto	67
4.3 Capacitación del personal	73
4.4 Desarrollo del personal	75
4.5 Administración de sueldos y salarios.....	76
4.6 Evaluación del desempeño	77
Capítulo 5. Finanzas	79
5.1 Sistema contable de una empresa	79
5.2 Flujo de efectivo	80
5.3 Estados financieros proyectados	82
5.4 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras	82
5.4.1 Sistema de financiamiento.....	82
5.4.2. Punto de equilibrio	85
Capítulo 6. Riesgos Críticos	86
Capítulo 7. Aspectos legales de implementación y operación.	94
7.1 Definición del régimen de constitución de una empresa	94
7.2 Trámites de apertura.	94
7.3 Trámites Fiscales.....	95
7.4 Trámites laborales.....	98
Anexos	102
Referencias	117

Lista de Tablas, figuras y/o graficas

Tabla 1. Solicitudes de patente por nacionalidad de enero de 1993 a diciembre de 2017.....	14
Tabla 2. Solicitudes de invenciones por mexicanos por entidad federativa de enero de 2015 a diciembre de 2017.....	15
Tabla 3. Patentes otorgadas por nacionalidad del titular de enero de 1993 a diciembre de 2017.	16
Tabla 4. Solicitudes de marca por nacionalidad del titular de enero de 1993 a diciembre de 2017.....	17
Tabla 5 Formula de Muestreo.....	29
Tabla 6 Distribución proporcional para la aplicación del instrumento de medición.....	29
Tabla 7. Frecuencia de compra de servicio por empresa.....	30
Tabla 8. Sensibilidad al precio.....	33
Tabla 9. Identificación de competidores.....	34
Tabla 10. Portafolio de servicios.....	37
Tabla 11. Descripción del portafolio de servicios.....	38
Tabla 12. Precios por servicio prestado.....	43
Tabla 13. Tabla de Precios por servicio de la competencia.....	44
Tabla 14. Costos Totales para determinar el costo de producción de manera mensual.....	45
Tabla 15. de Resultados de costo de producción por servicio.....	45
Tabla 16. Canalización de actividades.....	46
Tabla 17. Proceso de servicio de Propiedad Intelectual.....	52

Tabla 18. Proceso de servicio de registro de marca ante el IMPI.....	53
Tabla 19. Proceso de servicio de registro de patente ante el IMPI.....	53
Tabla 20. Equipo requerido para operación.....	56
Tabla 21. Precios de equipo faltante.....	57
Tabla 22. Programa de servicio.....	62
Tabla 23. Proyección de ventas por servicio.....	79
Tabla 24. Proyección de ventas por servicio.....	80
Tabla 25. Estado de flujo de efectivo proyectado.....	80
Tabla 26. Balance General al inicio de operaciones.....	81
Tabla 27. Gastos para equipamiento y herramientas.....	82
Tabla 28. Proyección de gasto mensual.....	83
Tabla 29. Matriz de riesgos críticos área de propiedad Intelectual.....	87
Tabla 30. Estrategias de contingencia para la mitigación de riesgos del proyecto.....	91
Figura 1.0 Logo de CCB Abogaos, Consultoría Corporativa.....	19
Figura 2.0 Gráfica de Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2016.....	23
Figura 3 Canal de marketing de consumo.....	39
Figura 4. Miembros del canal de marketing de consumo y sus funciones.....	40
Figura 5. Diagrama de bloques de servicio de propiedad intelectual.....	55
Figura 6. Organigrama de la empresa.....	64
Figura 7. Organigrama de Alianzas estratégicas con otras consultorías.....	65
Figura 8. Organigrama de la organización con implementación de nuevos puestos.....	66
Figura 9. Tipos de Contratos de los colaboradores de la empresa.....	76
Figura 10. Trámites laborales.....	96
Grafica 1. Volumen de compra del servicio.....	31
Grafica 2. Preferencia de servicio.....	32
Grafica 3. Medios de información (publicidad).....	34
Imagen 1 Ubicación de la organización.....	58
Imagen 2. Diseño de CCB Consultoría Corporativa.....	59
Imagen 3. Plano de distribución de la organización.....	60
Imagen 4. Formula de determinación de punto de equilibrio en valor.....	84
Imagen 5. Nivel de impacto de riesgo.....	90
Imagen 6. Probabilidad de riesgo.....	90
Imagen 7. de Obligaciones fiscales de acuerdo con las actividades que se realizan.....	96
Cuadro 1. Matriz FODA de la empresa.....	49

Introducción

Contexto del proyecto

El presente proyecto se basa en un estudio de factibilidad de la ampliación de los servicios de una consultoría jurídica de reciente creación en la ciudad de Ensenada, Baja California, incorporando la línea de Propiedad Industrial e intelectual, misma que tendrá la función de atención y gestión jurídica de personas físicas y morales que pretendan proteger sus creaciones a través de la adquisición de un título legal de sus derechos de invención e innovación, así como la de signos distintivos.

De acuerdo al artículo 15 de la Ley de la Propiedad Industrial (2016), se considera invención “toda aquella creación humana que permita transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza, para su aprovechamiento por el hombre y satisfacer sus necesidades concretas (pág.7).

La protección jurídica de la propiedad industrial, otorga seguridad tanto a personas físicas como morales, esto nos comenta Arturo Hernández Bata, en su libro Derecho Empresarial (2014), ya que estas tendrán la seguridad de la existencia de los límites legales de terceros sobre sus creaciones, invenciones e innovaciones, brindando protección a sus procesos de producción, productos y formas de comercialización, sin verse afectadas por la copia o imitación no autorizada de las mismas, estimulando en las organizaciones el emprendimiento, viendo reflejado beneficios a la economía y mayor competitividad.

Partiendo de lo anterior, se estudia la viabilidad de un área especializada que pueda ofrecer protección legal sobre los derechos de invención, brindando solución a la problemática que pudieran suscitarse a partir la creación, invención e innovación de un bien intangible.

En una primera aproximación, innovación es sinónimo de cambio. La empresa Innovadora es la que cambia, evoluciona, hace cosas nuevas, ofrece nuevos productos y

adopta, o pone a punto, nuevos procesos de fabricación (...). Hoy la Empresa está obligada a ser innovadora si quiere sobrevivir. Si no innova, pronto será alcanzada por los competidores. La presión es muy fuerte, ya que los productos y los procesos tienen, en general, un ciclo de vida cada vez más corto (Escorsa Castells, 2004).

La implementación de un área especializada en propiedad industrial dentro de una consultoría de nuestra ciudad tiene un impacto social en la satisfacción en los servicios legales respecto a todo aquello derivado de invenciones, creaciones e innovaciones, ya que otorga seguridad jurídica a los servicios, productos y procesos de cualquier persona física y moral, asegurando con esto la competitividad empresarial dada la exclusividad que adquiere a través de la planeación y medios necesarios para proteger los intereses de inventores o causahabientes.

Planteamiento del estudio.

Nuestro Estado actualmente cuenta con pocas consultorías encargadas representación jurídica ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), lo que resulta en una demanda insatisfecha del mercado potencial, así mismo trae como resultado la falta de divulgación de información respecto a los derechos de propiedad intelectual, llevando a los inventores o causahabientes a una vulnerabilidad frente a terceros que pretendan utilizar de manera libre los derechos no ejercidos por estos.

Tomando en consideración que la propiedad intelectual se encuentra representada como activos intangibles de las organizaciones es importante señalar que el presente estudio se plantea tomando en consideración lo manifestado por Hernández (2014) en cuanto a que, en la economía y finanzas, las acciones son participaciones que otorgan el derecho de propiedad sobre una empresa; representan, por lo tanto, cada una de las partes en que se puede dividir el capital social de una empresa. Es pues que se señala la relevancia respecto a la problemática de la desprotección de los bienes intangibles derivados de la propiedad intelectual.

Un área especializada en propiedad intelectual deberá seguir el régimen legal planteado por nuestra legislación mexicana para su constitución, apertura y seguimiento, así como la implementación de leyes especializadas en la materia para la ejecución del área, siendo la Ley de la Propiedad Industrial, la aplicable para los procesos que pretenda realizar la consultoría al brindar el servicio requerido.

La Ley de la Propiedad Industrial (2016), indica la aplicación de la presente normatividad y sus alcances en su artículo primero, señalando:

Artículo 1o.- Las disposiciones de esta Ley son de orden público y de observancia general en toda la República, sin perjuicio de lo establecido en los Tratados Internacionales de los que México sea parte. Su aplicación administrativa corresponde al Ejecutivo Federal por conducto del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (Congreso de la unión, 2016). Es entonces que se plantea la jurisdicción que tendrá la ley en cita respecto a la regulación de los organismos que pretendan proteger sus creaciones e invenciones, como orden Federal.

Ley de la Propiedad Industrial (2016, pág.2), señala en su artículo sexto, los lineamientos que serán aplicables a los diversos casos en concreto, señalando como autoridad Administrativa para la resolución de dichos conflictos a el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, el cual es el organismo que se encargará de la participación, coordinación, trámites, procedimientos, investigaciones de infracciones así como de sustanciar y resolver procesos administrativos entre otros, delimitando el campo de su aplicación al sector (...), que tengan por objeto el fomento y protección de los derechos de propiedad industrial, la transferencia de tecnología, el estudio y promoción del desarrollo tecnológico, la innovación, la diferenciación de productos.

Considerando todo lo citado en los párrafos anteriores es que el presente proyecto se basa en un estudio de factibilidad sobre la ampliación de una consultoría jurídica respecto al área de propiedad intelectual, con base a una investigación sobre los fenómenos de

invención e innovación en nuestro Estado, como sustento para la toma de decisiones en la extensión de la organización.

Objetivos del trabajo terminal.

Objetivo general:

Analizar el mercado potencial del área de propiedad intelectual, así como determinar los requerimientos técnicos y financieros para la ampliación de la consultoría, buscando el posicionamiento de su marca en todo el Estado de Baja California.

Objetivos específicos:

Al formular la planeación del presente proyecto se busca estimar y cuantificar:

- La demanda de nuevas creaciones e innovaciones de nuestro país, así como de la zona estratégica donde se llevará a cabo la ejecución del presente proyecto.
- Costos y tipología de costos de la ampliación o incorporación de la línea de servicios de un área legal especializada en representación y gestión de derechos de propiedad intelectual en la empresa.
- La afectación de la estructura organizacional de la actual Consultoría Jurídica, al llevar a cabo la planeación y aplicación del presente proyecto, respecto a las ganancias que conlleva la implementación de la presente ampliación de la firma legal que se encuentra constituida actualmente.
- Rentabilidad de la incorporación de la ampliación o incorporación de la línea de servicios de Propiedad intelectual.
- Las necesidades jurídicas de personas físicas y morales respecto a la protección de su propiedad intelectual.

Justificación del estudio

En cuanto hace a la relevancia y justificación del estudio del presente plan de negocios y según la información que otorga el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI),

mediante su informe “IMPI en cifras 2017”, donde señala la cantidad de solicitudes de patentes, marcas y modelos de utilidad entre otras de los principales países con alto índice de registro, haciendo una comparativa con nuestro país, así mismo se desprende las solicitudes de nuestro estado a comparación de los demás estado de la República Mexicana, por lo que se determina la relevancia de un ente capaz de atender las necesidades de dicho sector en cuanto hace a la protección y gestión de su propiedad industrial e intelectual.

A continuación, se presentan las cifras de los años 1993 al 2017 de solicitudes de patentes por país (Tabla 1), mostrando a México con un incremento gradual, siendo que desde el año 2011 duplico las cifras contando con un total de 1,334 solicitudes de registros hasta el año 2017.

Tabla 1. Solicitudes de patente por nacionalidad de enero de 1993 a diciembre de 2017.

Solicitudes de patente por nacionalidad / principales países / 1993 - enero/diciembre de 2017											
Patent applications by nationality / main countries / 1993 - January/December 2017											
Año	Total	México	Alemania	Estados Unidos	Francia	Italia	Japón	Reino Unido	España	Suiza	Otros países
Year	Total	Mexico	Germany	United States	France	Italy	Japan	United Kingdom	Spain	Switzerland	Other countries
1993	8,212	553	633	4,948	280	125	225	348	51	289	760
1994	9,944	498	742	6,191	360	156	262	389	71	304	971
1995	5,393	432	513	3,139	267	89	210	69	55	216	403
1996	6,751	386	581	3,835	327	108	307	157	62	261	727
1997	10,531	420	856	6,023	497	179	334	396	85	383	1,358
1998	10,893	453	992	6,088	521	151	402	435	70	347	1,434
1999	12,110	455	1,155	6,869	624	159	397	412	93	327	1,619
2000	13,061	431	1,252	7,250	700	171	466	453	102	415	1,821
2001	13,566	534	1,438	7,336	727	168	522	417	112	408	1,904
2002	13,062	526	1,289	6,676	776	217	399	394	121	515	2,149
2003	12,207	468	1,192	6,436	731	168	475	339	118	598	1,682
2004	13,194	565	1,170	6,913	784	228	480	355	139	584	1,976
2005	14,436	584	1,233	7,693	871	213	476	410	122	734	2,100
2006	15,500	574	1,325	8,159	732	234	551	421	171	797	2,536
2007	16,599	641	1,345	8,681	667	282	499	407	208	940	2,929
2008	16,581	685	1,405	8,210	694	272	630	449	197	1,014	3,025
2009	14,281	822	1,232	6,714	661	234	632	399	157	923	2,507
2010	14,576	951	1,235	6,805	623	213	743	392	191	843	2,580
2011	14,055	1,065	1,252	6,182	546	241	759	403	180	820	2,607
2012	15,314	1,292	1,293	6,609	582	282	992	428	251	939	2,646
2013	15,444	1,211	1,316	6,638	636	246	1,058	370	210	1,042	2,717
2014	16,135	1,244	1,346	7,269	600	268	946	323	218	1,002	2,919
2015	18,071	1,364	1,265	8,704	676	285	1,031	380	215	904	3,247
2016	17,413	1,310	1,153	8,262	594	301	1,181	319	204	968	3,121
2017	17,184	1,334	1,106	8,370	585	287	1,274	379	186	897	2,766

Fuente: Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (2017).

La Tabla 2 muestra el número de solicitudes de invenciones de mexicanos por entidad federativa donde se muestra que nuestro Estado si bien, no es el que cuenta con mayor número de solicitudes de invenciones, el mismo a la fecha ha venido incrementando sus cifras a comparación del año 2015, donde se señala un total de 43 solicitudes por bajacalifornianos, sin embargo, el IMPI (2017), señala que en el estado se han incrementado a un total de 71 solicitudes en el año 2017.

Tabla 2. Solicitudes de invenciones por mexicanos por entidad federativa de enero de 2015 a diciembre de 2017.

Solicitudes de invenciones de mexicanos por entidad federativa / Invention applications of Mexicans by state														
Enero-diciembre 2015/January-December 2015					Enero-diciembre de 2016/January-December 2016					Enero-diciembre de 2017/January-December 2017				
ENTIDAD FEDERATIVA /STATE	Patentes /patents	diseños industriales/ industrial designs	modelos de utilidad / Utility models	Total	ENTIDAD FEDERATIVA /STATE	Patentes /patents	diseños industriales/ industrial designs	modelos de utilidad / Utility models	Total	ENTIDAD FEDERATIVA /STATE	Patentes /patents	diseños industriales/ industrial designs	modelos de utilidad / Utility models	Total
Aguascalientes	15	31	7	53	Aguascalientes	21	75		96	Aguascalientes	8	35	5	48
Baja California	12	16	15	43	Baja California	20	26	14	60	Baja California	25	24	22	71
Baja California Sur	5	1	0	6	Baja California Sur	2		2	4	Baja California Sur	6	1	1	8
Campeche	1	1	1	3	Campeche	10	2	4	16	Campeche	3	0	12	15
Ciudad de México	367	364	129	860	Ciudad de México	308	387	109	804	Ciudad de México	333	342	104	779
Chiapas	8	2	5	15	Chiapas	23	5	7	35	Chiapas	4	2	5	11
Chihuahua	42	27	17	86	Chihuahua	42	15	16	73	Chihuahua	32	15	15	62
Coahuila	38	41	14	93	Coahuila	49	26	20	95	Coahuila	51	36	25	112
Colima	11	5	4	20	Colima	11	1	9	21	Colima	5	0	0	5
Durango	8	3	0	11	Durango	9	3	12	24	Durango	6	2	2	10
Estado de México	130	150	68	348	Estado de México	94	150	61	305	Estado de México	80	148	56	284
Guanajuato	55	166	19	240	Guanajuato	71	263	32	366	Guanajuato	78	305	28	411
Guerrero	3	8	1	12	Guerrero	2	2		4	Guerrero	1	0	4	5
Hidalgo	37	18	6	61	Hidalgo	14	5	6	25	Hidalgo	29	14	6	49
Jalisco	118	346	82	546	Jalisco	152	236	95	483	Jalisco	194	294	74	562
Michoacán	21	9	7	37	Michoacán	12	9	8	29	Michoacán	11	21	9	41
Morelos	41	10	8	59	Morelos	36	14	9	59	Morelos	32	13	7	52
Nayarit	3	5	2	10	Nayarit	1	7	1	9	Nayarit	3	1	3	7
Nuevo León	124	296	67	487	Nuevo León	87	173	79	339	Nuevo León	78	210	50	338
Oaxaca	10	5	1	16	Oaxaca	15	1	2	18	Oaxaca	15	1	0	16
Puebla	80	68	12	160	Puebla	84	62	12	158	Puebla	90	38	14	144
Querétaro	55	28	25	108	Querétaro	57	45	23	125	Querétaro	62	50	15	127
Quintana Roo	11	2	10	23	Quintana Roo	5	6	9	20	Quintana Roo	11	4	7	22
San Luis Potosí	8	11	8	27	San Luis Potosí	21	32	4	57	San Luis Potosí	9	3	1	13
Sinaloa	28	12	2	42	Sinaloa	27	21	5	53	Sinaloa	26	5	10	41
Sonora	32	3	5	40	Sonora	28	7	11	46	Sonora	41	16	7	64
Tabasco	18	1	0	19	Tabasco	16	4	2	22	Tabasco	16	1	4	21
Tamaulipas	23	13	14	50	Tamaulipas	23	18	21	62	Tamaulipas	26	10	21	57
Tlaxcala	2	28	0	30	Tlaxcala	3	3	2	8	Tlaxcala	3	3	5	11
Veracruz	22	14	19	55	Veracruz	34	16	14	64	Veracruz	20	11	11	42
Yucatán	26	28	17	71	Yucatán	27	28	20	75	Yucatán	24	22	14	61
Zacatecas	5	15	10	30	Zacatecas	3	8	3	14	Zacatecas	5	8	4	17
Mexicanos que radican en el extranjero / Mexicans living overseas	5	2	2	9	Mexicanos que radican en el extranjero / Mexicans living overseas	3	1		4	Mexicanos que radican en el extranjero / Mexicans living overseas	7	0	0	7
Total	1,364	1,729	577	3,670	Total	1,310	1,651	612	3,573	Total	1,334	1,635	541	3,513

Fuente: Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (2017).

En cuanto al otorgamiento y conclusión del registro de patentes por país (Tabla 3), señala a nuestro país con un total de 407 patentes otorgadas en el año 2017. Si se hace una comparación entre las solicitudes del último año registrado (2017), en nuestro país el

número de solicitudes fueron un total de 1,334 (Tabla 1), sin embargo y representando en porcentajes las cifras, en nuestro país solo se otorgaron un 30.5% del total de patentes solicitadas por los mexicanos, lo que indica que existe una laguna en la tramitología, tiempos, y/o conocimiento del procedimiento, ya que nuestro país vecino Estado Unidos cuenta con un porcentaje del 47.2% del total de sus patentes otorgadas a su favor.

Tabla 3. Patentes otorgadas por nacionalidad del titular de enero de 1993 a diciembre de 2017.

Patentes otorgadas por nacionalidad del titular / principales países / 1993 - enero/diciembre de 2017									
Granted patents by nationality of holder / main countries / 1993 - January/December 2017									
Año	Total	México	Alemania	Estados Unidos	Francia	Japón	Reino Unido	Suiza	Otros países
Year	Total	Mexico	Germany	United States	France	Japan	United Kingdom	Switzerland	Other countries
1993	6,183	343	458	3,714	251	220	206	256	735
1994	4,367	288	395	2,367	210	175	175	228	529
1995	3,538	148	205	2,198	162	123	136	109	457
1996	3,186	116	214	2,084	108	101	70	101	392
1997	3,944	112	227	2,873	120	98	90	112	312
1998	3,219	141	215	2,060	117	102	114	101	369
1999	3,899	120	351	2,324	209	134	124	152	485
2000	5,519	118	525	3,158	333	243	167	228	747
2001	5,479	118	480	3,237	298	218	167	181	780
2002	6,611	139	736	3,706	335	256	197	246	996
2003	6,008	121	610	3,368	337	197	156	241	978
2004	6,838	162	726	3,552	522	234	181	315	1,146
2005	8,098	131	806	4,338	558	284	234	386	1,361
2006	9,632	132	877	5,180	711	378	265	506	1,583
2007	9,957	199	885	5,094	745	418	272	506	1,838
2008	10,440	197	899	5,483	682	407	252	538	1,982
2009	9,629	213	786	4,831	592	399	266	553	1,989
2010	9,399	229	712	4,769	439	401	206	585	2,058
2011	11,485	245	960	5,612	551	579	302	775	2,461
2012	12,330	281	1,027	5,924	568	794	305	753	2,678
2013	10,343	302	939	4,792	500	665	257	630	2,258
2014	9,819	305	886	4,514	398	709	243	570	2,194
2015	9,338	410	805	4,270	432	601	237	532	2,051
2016	8,657	426	653	4,032	380	566	196	497	1,907
2017	8,510	407	625	3,950	359	570	179	492	1,928

Fuente: Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (2017).

La Propiedad Industrial e Intelectual cuentan con diversos rubros, de donde se desprenden el registro y cuidado de las marcas, es por ello que el IMPI (2017), indica en sus cifras sobre solicitudes de marca por nacionalidad del titular (Tabla 4), un total de 106,309 solicitudes en el año 2017, siento esto un indicador de crecimiento empresarial en nuestro país, reflejando oportunidades para el presente plan de negocios, ya que tal y como

se indica en las cifras, existe un mercado potencial para una consultoría respecto a la protección, cuidado y gestión de la propiedad industrial e intelectual en nuestro país.

Tabla 4. Solicitudes de marca por nacionalidad del titular de enero de 1993 a diciembre de 2017.

Solicitudes de marca por nacionalidad del titular / principales países / 1993 - enero/diciembre de 2017												
Trademark applications by nationality of holder / main countries / 1993 - January/December 2017												
Año	Total	México	Alemania	Brasil	España	Estados Unidos	Francia	Italia	Japón	Reino Unido	Suiza	Otros países
Year	Total	Mexico	Germany	Brazil	Spain	United States	France	Italy	Japan	United Kingdom	Switzerland	Other countries
1993	28,920	16,132	520	104	386	8,093	529	326	360	344	423	1,703
1994	33,803	19,184	651	131	502	8,992	667	353	403	485	498	1,937
1995	30,201	16,152	1,274	161	328	7,505	732	537	445	537	579	1,951
1996	32,336	19,562	956	108	383	7,013	930	273	327	377	520	1,887
1997	35,426	21,497	999	91	491	7,484	887	336	383	574	525	2,159
1998	40,042	24,669	1,206	159	518	8,065	1,067	318	362	702	671	2,305
1999	46,156	29,367	1,461	128	642	8,861	877	372	385	769	789	2,505
2000	59,721	36,698	1,877	301	1,031	11,414	1,234	352	537	1,053	1,248	3,976
2001	61,488	40,236	1,986	313	1,107	9,608	1,219	527	910	809	1,241	3,532
2002	56,237	37,764	1,604	315	876	8,491	997	396	637	653	1,035	3,469
2003	53,724	34,763	1,552	188	772	9,215	916	478	739	568	1,000	3,533
2004	58,553	38,314	1,579	263	787	9,608	1,057	440	701	646	992	4,166
2005	63,899	41,680	1,529	254	918	10,591	1,115	524	768	952	1,201	4,367
2006	68,975	45,161	1,627	217	935	10,839	1,189	503	759	766	1,449	5,530
2007	77,065	49,329	1,968	278	1,132	12,821	1,329	696	839	1,076	1,815	5,782
2008	77,467	50,680	2,390	309	1,286	11,172	1,307	731	930	1,168	1,320	6,174
2009	75,250	53,405	1,455	207	923	9,742	1,088	540	669	853	1,511	4,857
2010	87,477	61,947	1,707	271	1,217	11,196	1,085	610	831	845	1,500	6,268
2011	92,671	64,360	1,817	328	1,306	11,992	1,314	791	1,070	1,129	1,659	6,905
2012	98,628	69,546	1,911	278	1,404	12,589	1,392	787	1,184	1,278	1,752	6,507
2013	107,063	76,251	2,039	381	1,523	12,358	1,325	890	1,131	1,163	1,795	8,207
2014	118,745	79,840	3,012	446	1,895	14,527	2,052	1,286	1,262	1,765	1,992	10,668
2015	134,342	89,415	3,988	401	1,869	16,669	2,014	1,461	1,822	1,954	2,156	12,593
2016	138,745	96,692	3,878	326	1,928	15,107	2,231	1,305	1,124	1,818	1,776	12,560
2017	153,853	106,309	4,124	449	2,266	16,999	2,262	1,590	1,471	1,855	2,544	13,984

Fuente: Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (2017).

CAPITULO I.

NATURALEZA DEL PROYECTO

En el presente capítulo se plantea la naturaleza de la firma jurídica que habrá de incorporar una nueva línea de servicios a los que actualmente ofrece, señalando el nombre y la información más relevante respecto al mercado al que van dirigidos sus servicios profesionales; así mismo señala los impactos que la línea de Propiedad Industrial e Intelectual tendrá en el sector empresarial de nuestra región, como la profundidad que pretende alcanzar dentro de su giro comercial.

La propiedad Industrial e intelectual es un área de suma importancia para el sector empresarial en nuestro país, ya que, según nos señala la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (s.f) la Propiedad Intelectual es todo aquello que se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio. Los derechos de propiedad intelectual se asemejan a cualquier otro derecho de propiedad: permiten al creador, o al titular de una patente, marca o derecho de autor, gozar de los beneficios que derivan de su obra o de la inversión realizada en relación con una creación. Esos derechos están consagrados en el Artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que contempla el derecho a beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales resultantes de la autoría de las producciones científicas, literarias o artísticas.

En consecuencia, a lo narrado es que, se decidió realizar el presente estudio de factibilidad para determinar la rentabilidad de incorporación de dicha área a una consultoría de nueva creación en nuestra ciudad.

1.1- Nombre de la Empresa.

El presente Plan de Negocios es basado en la firma legal CCB Consultoría Corporativa, la cual estará constituida como una Sociedad Civil, para sus fines comerciales.

1.1.1- Lema y logotipos.

La presente firma legal tiene la función de brindar responsablemente representación legal a personas físicas y morales por lo que tiene como lema; CCB Consultoría Corporativa, Soluciones Legales Efectivas.

Figura1.0 Logo de CCB Abogados, Consultoría Corporativa.



Fuente: Diseño elaborado por Felipe Cornejo.

1. 2. Descripción de la Empresa.

CCB Consultoría Corporativa, es una firma de reciente creación ubicada en la ciudad de Ensenada, Baja california, la cual se encarga de brindar asesoría y representación legal a personas físicas y morales en áreas tales como Derecho Laboral, Penal, Civil y Mercantil.

La presente firma incorporará mediante el presente proyecto la línea de representación y gestión jurídica a las organizaciones respecto a Propiedad Industrial e Intelectual, se planea fortalecer las áreas ya existentes, así como consolidar la marca de la organización para una mayor distinción en el mercado empresarial.

El plan de negocios aporta información relevante a la organización a través del estudio de mercado, técnico y financiero para lograr la consolidación y expansión de las áreas de litigio con las que cuenta la consultoría, así como a la selección de personal especializado con el objeto de abarcar y brindar atención oportuna a los clientes actuales y futuros sobre las discrepancias legales que las mismas llegarán a tener en cuanto a su Propiedad Industrial e Intelectual.

1. 2.1. Giro o Sector.

Según la clasificación del INEGI (2016), la presente consultoría legal brinda servicios dentro del giro de prestación de servicios profesionales.

1.2.2. Tamaño.

Actualmente la presente consultoría jurídica cuenta con cinco abogados dentro de su área de litigio, siendo clasificada como pequeña empresa según lo establecido por la clasificación de la Secretaría de Economía (2016).

1.2.3. Ubicación.

La consultoría jurídica que se pretende ampliar se encuentra ubicada actualmente en la ciudad de Ensenada, Baja California, en Calle Benito Juárez, número 220, de la Ampliación Buenaventura. Tal ubicación se debe al tránsito y cercanía con los diversos juzgados de la localidad, haciendo más fácil para el cliente poder ubicar el domicilio.

1.2.4. Descripción breve de producción o servicios.

CCB Consultoría Corporativa, es una firma encargada de brindar asesoría y representación legal a personas físicas y morales principalmente de la ciudad de Ensenada, Baja California, en áreas tales como Derecho Laboral, Penal, Civil y Mercantil.

1.3. Misión y Visión de la Empresa.

Misión

El compromiso primordial de la presente consultoría es brindar asesoría, representación y gestión jurídica a personas físicas y morales que requieran atención jurídica, momentánea o continua, ofreciendo solución efectiva y responsable de las discrepancias legales que pudieran acontecer.

Visión

Lograr posicionarse como una Consultoría Jurídica reconocida en el Estado, así como ser una de las principales firmas legales de gestión y representación empresarial, logrando figurar como una empresa con experiencia, ofreciendo siempre una prestación de servicios profesionales de alta calidad dentro de nuestro giro. Así mismo tener una ampliación respecto a las ramas del derecho con personal altamente capacitado para ello.

1.4 – Objetivos de la Empresa

- Establecerse como una consultoría jurídica consolidada en la región.
- Ser líder en representación y gestión empresarial con oportunidad de crecimiento.
- Actualizar la prestación de servicios profesionales en el ámbito de litigio empresarial.
- Abrir nuevas áreas de litigio dentro de la consultoría.
- Crear alianzas estratégicas Nacionales con otras consultorías del mismo ramo, extendiendo las zonas de servicio.
- Incrementar la cartera de clientes actuales con otros potencialmente adquiridos mediante la mejora continua de la prestación de servicios profesionales.
- Lograr una especialización en protección empresarial nacional a largo plazo.

1.5. Ventajas competitivas

Una empresa tiene una ventaja competitiva cuando desarrolla una estrategia que crea valor tanto para el cliente como para el accionista (Álvarez Medina, 2003).

CCB Consultoría Jurídica ofrece servicios legales en área laboral, civil, mercantil y familiar, sin embargo, se pretende incorporar la línea de Propiedad Industrial e Intelectual con el ánimo de ser reconocida como una organización de prestación de servicios integral al sector empresarial de nuestro Estado, dando con esto una ventaja competitiva contundente.

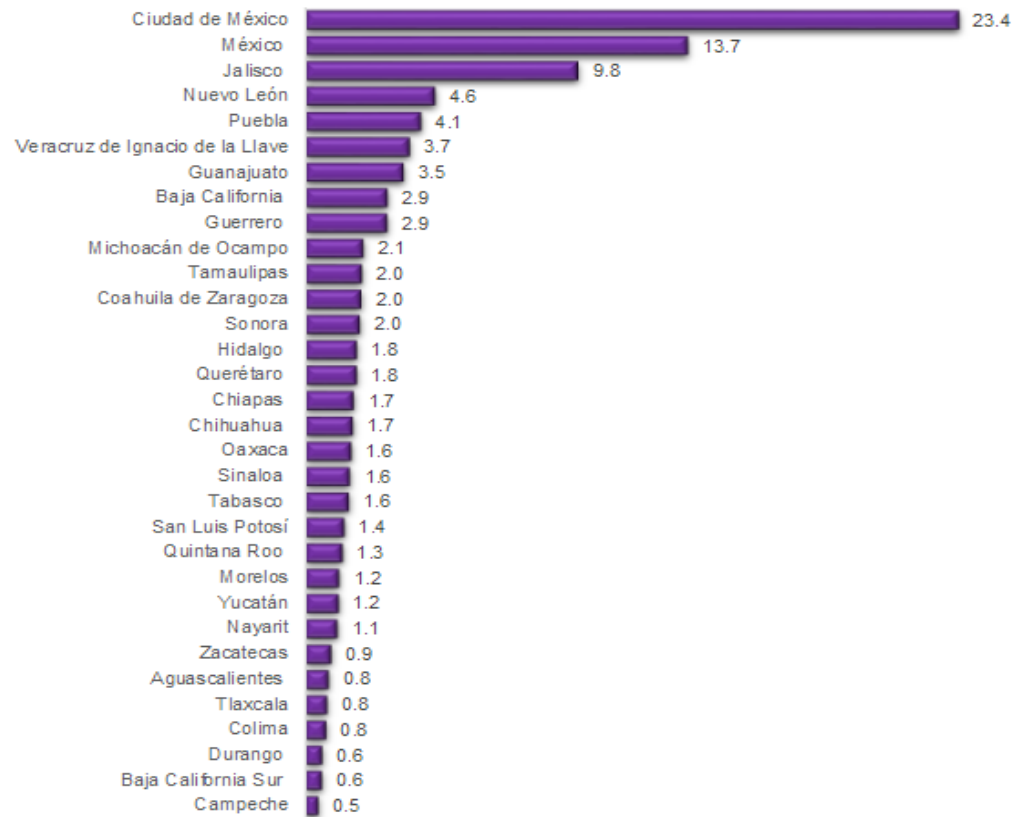
1.6. Análisis de la Industria o Sector

En cuanto al análisis de la industria o sector, se observa a través de los datos de la Encuesta Nacional de ocupación y empleo (INEGI, 2016), que la profesión de Licenciados en Derecho en nuestro Estado es de un total de 2.9 % respecto al total de profesionales en Derecho en la República mexicana, lo cual posiciona a Baja California en el octavo lugar a nivel nacional con mayor número de abogados en el Estado, sin indicar las especialidades que maneja cada abogado o si los mismos se encuentran litigando dentro de un despacho activo en la región.

Dada la falta de archivos que informen el número de abogados encargados de gestión y representación del área de Propiedad Industrial e Intelectual en nuestro Estado, es que se tomaron los datos arrojados en el estudio de mercado del presente proyecto, considerando a los litigantes mencionados por la población encuestada como el dato a considerar dentro de los competidores.

Figura 2.0 Gráfica de Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2016

Distribución porcentual de la población ocupada como abogado, por entidad federativa, 2016



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016).

1.7. Producto y/o servicios de la empresa

Actualmente la firma jurídica CCB Consultoría Corporativa, ofrece servicios profesionales jurídicos, atendiendo, representando, y gestionando todo lo conducente en la solución de conflictos de naturaleza Penal, Laboral, Civil y Mercantil como lo son:

Área Penal:

- Representación jurídica a personas físicas y morales ante Ministerio Público y Juzgados especializados en materia penal en fuero común y federal.

Área Laboral:

- Representación jurídica obrero- patronal ante Juntas de Conciliación y arbitraje.
- Asesoría empresarial en materia laboral.
- Capacitación laboral empresarial.

Área Civil:

- Representación jurídica de actores y demandados en litigios de ámbito civil
- Gestión de trámites en instituciones gubernamentales y privadas a personas físicas y morales.
- Asesoría civil a personas física y morales.

Área Mercantil:

- Representación jurídica de actores y demandados en litigios de ámbito mercantil.
- Gestión de tramites privados de cobros judiciales y extrajudiciales.
- Asesoría mercantil a personas físicas y morales.

Área Propiedad Industrial e Intelectual:

En cuanto al área de Propiedad Industrial e Intelectual, se planea la atención integral a los organismos que pretendan proteger legalmente su propiedad dentro de nuestro país, enfocándose en el Estado de Baja California, brindando atención a la propiedad industrial ofreciendo servicios tales como:

- Asesoría, tramitación y gestión de patentes y registros sobre propiedad de personas físicas y morales referente a: Invenciones, modelos de utilidad y diseños industriales.
- Asesoría, tramitación y gestión de licencias y transmisión de derechos de patentes o registros.

- Asesoría, tramitación y gestión de nulidad, caducidad y cancelación de patentes y registros ante el IMPI.
- Asesoría, elaboración y registro de contratos de secretos industriales que guarde una persona física o moral con carácter confidencial.
- Asesoría, tramitación y gestión de registros de marcas, avisos y nombres comerciales.
- Asesoría, tramitación de declaraciones de autorización para el uso de denominación de origen.
- Asesoría y representación legal ante el IMPI.

1.8. Impacto tecnológico, económico y ambiental

La incorporación de un área especializada en representación y gestión jurídica respecto a Propiedad Industrial generará beneficios económicos para la propia firma legal a la cual será incorporada, así como para las organizaciones que pretendan proteger sus activos intangibles, originando principalmente beneficios económicos ya que garantizará la protección legal respecto a los derechos de explotación oponibles a terceros, generando con esto un ingreso mayor para los beneficiarios del registro.

El presente proyecto pretende generar no solo ganancias económicas para los colaboradores de la misma, sino generar un impacto positivo para la sociedad logrando posicionar la marca de la organización mediante la aceptación social, tal y como lo señalan Porter y Kramer (2006), manifestando que, al generar empleo, invertir capital, adquirir bienes y hacer negocios diariamente, la corporación tiene una profunda y positiva influencia sobre la sociedad. Lo más importante que una corporación puede hacer por la sociedad, y por cualquier comunidad, es contribuir a una economía próspera.

Con el fin de lograr consolidar a la organización como una empresa socialmente responsable y con el ánimo de lograr un impacto social a través de las acciones de la consultoría actualmente se implementan siguientes estrategias:

- Horarios flexibles con los colaboradores de la consultoría apoyando a la convivencia familiar, y equilibrio entre la vida personal y laboral.

-Igualdad de género, sin diferencias salariales a trabajo igual, remunerando en todo momento el esfuerzo de nuestros colaboradores.

-Contratación de servicios locales, apoyando a la economía local.

-Brigadas de consulta jurídica gratuita a sectores de escasos recursos, otorgando información pronta y efectiva para la solución de conflictos legales.

-Implementación de reciclado y ahorro energético en la organización a través de la sensibilización entre los colaboradores mediante recordatorios internos que permitan retomar importancia de tal iniciativa.

La planeación del presente proyecto permite a la consultoría, tomar de decisiones sobre la incorporación de un área nueva a su catálogo de servicios, por lo que a continuación se presenta la investigación de mercados, para el análisis del presente plan de negocios.

CAPITULO II

EL MERCADO

En la elaboración de un plan de negocios es de suma relevancia realizar una investigación de mercado minuciosa para obtener información que nos ayude a tomar las decisiones de proyecto.

Las empresas toman decisiones sobre qué productos desarrollan y qué mercados atienden. Diseñan bienes y servicios, fijan precios, distribuyen sus productos y se comunican con el mercado. Para poder tomar estas decisiones necesitan información (Grande y Abascal, 2017).

2.1. Investigación de Mercados

Según Baca (2014, p.14), señala que la investigación de mercados que se realice deberá proporcionar información que sirva de apoyo para la toma de decisiones, la cual debe estar encaminada a determinar las condiciones del mercado para conocer si son o no un obstáculo para llevar a cabo el proyecto.

Para llevar a cabo una investigación de mercados, es de suma importancia determinar a qué segmento de mercado queremos dirigir nuestro producto o servicio, por lo al realizar la presente investigación, se consideraron los datos otorgados por el IMPI (2018), donde se señala que, de enero del 2016 a junio de 2018, en todo el mundo se solicitaron un total de 42,807 patentes, de las cuales en México se solicitaron un total de 2,247, otorgándose 1,044, así mismo en lo que respecta a nivel mundial se solicitaron 370,131 registros de marcas, de las cuales un total de 256,641 fueron solicitadas en nuestro país, otorgándose 17,523 de las mismas. Las cifras mencionadas señalan el volumen del mercado mundial y nacional al cual se podría llegar en el futuro como universo total del mercado.

De igual manera el IMPI (2018), indica que, de enero de 2016 a junio de 2018, en Baja California se generaron un total de 163 solicitudes de patentes. En cuanto a las marcas y avisos comerciales (slogans) el instituto señala exclusivamente cifras nacionales, por la

cantidad de 37,147 solicitudes. Así mismo y tomando en consideración la vigencia de las marcas, el cual es de diez años a partir de la fecha de presentación de la solicitud, México cerró el 2017 con un millón 91 mil 549 marcas registradas y vigentes (Sánchez, 2018).

Así mismo el IMPI señala a las universidades e institutos, seguidos de la iniciativa privada son quienes son los principales titulares de registros de patentes en el país, ya que según sus cifras del año 2018 posicionan en primer lugar con un total de 44 patentes a la Universidad Autónoma de México, seguido del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional con 38 patentes, el Instituto Politécnico Nacional y la Universidad Autónoma de Nuevo León, ambas con 23 patentes respectivamente, siendo pues, que los centros universitarios y de investigación son los que mayor demanda tienen respecto a las solicitudes de registros ante dicho instituto.

Por su parte el INEGI (2018), señala que en México se cuenta con un total de 5'078,714 establecimientos económicos (empresas), siendo que en nuestro Estado se encuentran un total de 120,573 empresas, 126 centros universitarios, ocho centros de investigación en tecnología, siete dedicados a la ciencia, y en cuanto a las dedicadas a la industria un total de 664 y al comercio un total de 204, por lo que se determinó el mercado meta (target) a las organizaciones dedicadas a la industria, comercio, centros universitarios y de ciencia y tecnología.

2.1.1 Tamaño de la muestra.

Para determinar el tamaño muestra del presente estudio se consideró en la fórmula de muestreo un total de población de 1,009, siendo resultado de la suma de los 126 centros universitarios, ocho centros de investigación en tecnología, siete dedicados a la ciencia, y en cuanto a las dedicadas a la industria un total de 664 y al comercio un total de 204, considerando un margen de error del 9%, con un intervalo de confianza del 95%, resultando un tamaño de muestra de 107 (Tabla 5) para la aplicación del instrumento de medición seleccionado.

Tabla 5. Formula de Muestreo

Descripción	Valores
Muestra (población)	1,013
Margen de error	9%
Nivel de confianza	95%
Formula	$n = \frac{Z^2 N pq}{e^2(N-1) + Z^2 pq}$
Tamaño de muestra (n)	107

Fuente: elaboración propia.

2.1.2 Instrumento para la investigación.

Para la investigación de mercados se aplicó un instrumento de medición en forma de cuestionario de diagnóstico, fue aplicado a un total de 107 en organizaciones dedicadas a la industria, comercio, centros universitarios y de ciencia y tecnología en el Estado de Baja California, las cuales se distribuyeron de manera proporcional según la distribución de población en el Estado, mismos que fueron seleccionados de manera aleatoria, es decir, que podía incluir a cualquier organización que se encontrara dentro de la segmentación del mercado meta (Tabla 6).

Ver anexo 1, instrumento de medición para la investigación de mercado.

Tabla 6. Distribución proporcional para la aplicación del instrumento de medición.

Ciudad	Concentración de empresas dedicadas a la industria, comercio, centros universitarios de ciencia y tecnología en el Estado.	Encuestas aplicadas
Ensenada	90	10
Mexicali	257	27
Tijuana	558	59
Rosarito	33	4
Tecate	78	8

Fuente: elaboración propia a partir de INEGI (2018).

El instrumento de medición aplicado contó con un total de 18 reactivos, siendo los primeros cuatro sobre generales del encuestado, contando con respuestas de opción múltiple en su generalidad.

Lo que se pretende en el cuestionario es conocer los siguientes puntos:

- Relación de la Propiedad Industrial e Intelectual y su legal registro.
- Detectar clientes potenciales de la organización.
- Conocer la frecuencia de uso del servicio.
- Conocer la competencia de la consultoría.
- Conocer precios de la competencia.
- Conocer los medios de publicidad más utilizados en la búsqueda del servicio.
- Identificar los factores que influyen en la búsqueda de un servicio profesional dedicado a la Propiedad Industrial e Intelectual.

2.1.3 Resultados.

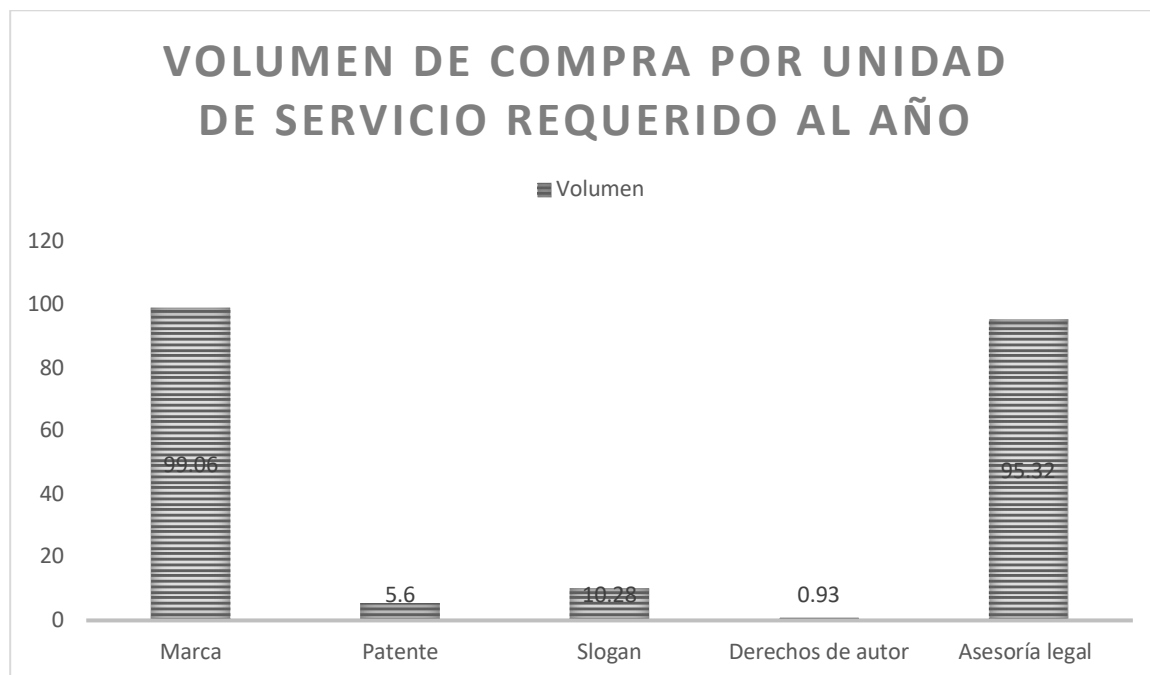
A continuación, se muestran los datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento de medición donde se identificó la siguiente información:

En la frecuencia de compra de las organizaciones, los datos señalan que, de 107 encuestados, 106 requieren o requerirán el registro de una marca, seguidos por la demanda de asesoría jurídica en materia de propiedad intelectual con un total de 102, señalando en último lugar el registro de derechos de autor (Tabla 7.).

Tabla 7. Frecuencia de compra de servicio por empresa.	
Servicio requerido por año	Frecuencia de compra por empresa por unidad de servicio
Marca	106
Patente	6
Slogan	11
Derechos de Autor	1
Asesoría legal	102
Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de mercado.	

En cuanto hace al volumen de compra los datos arrojados señalan al registro de marca como el servicio con mayor volumen de compra (Grafica 1).

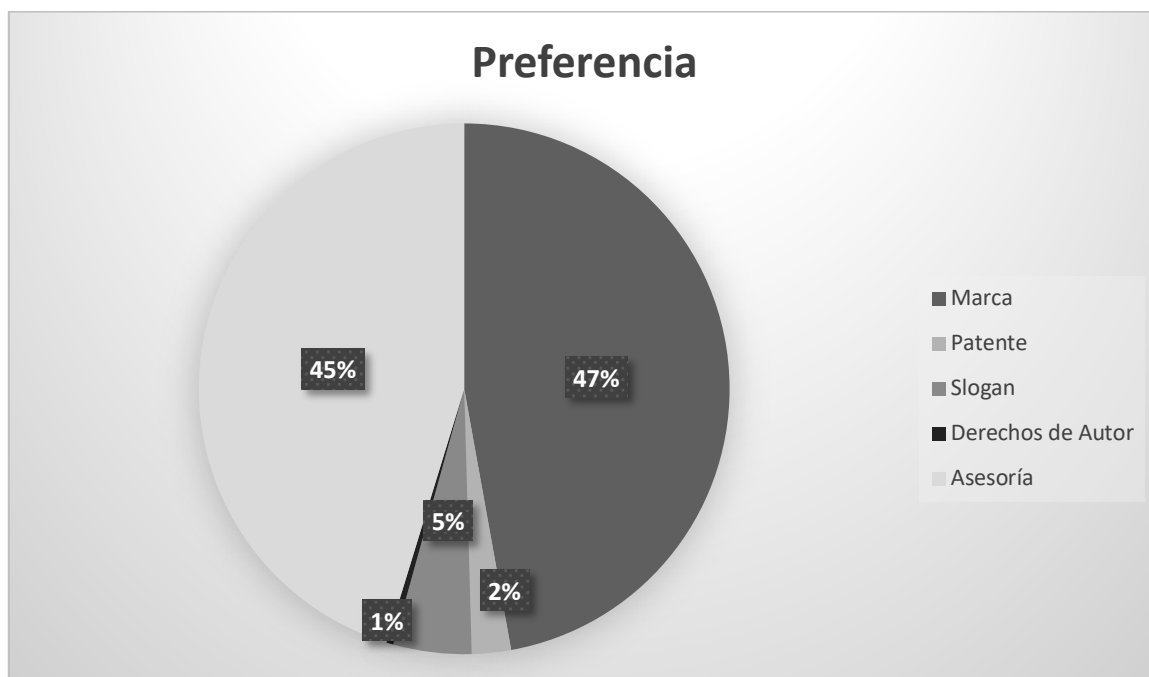
Grafica 1. Volumen de compra del servicio.



Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado.

Respecto a la frecuencia de compra por parte de los encuestados, se indica que no existe un servicio preferido, sin embargo, destaca una frecuencia de compra a favor del registro de marca y asesoría legal de propiedad intelectual. (Grafica 2).

Grafica 2. Preferencia de servicio



Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de mercado.

El resultado obtenido en cuanto hace a la sensibilidad al precio de los servicios brindados en la consultoría se desglosan de la siguiente manera (Tabla 8).

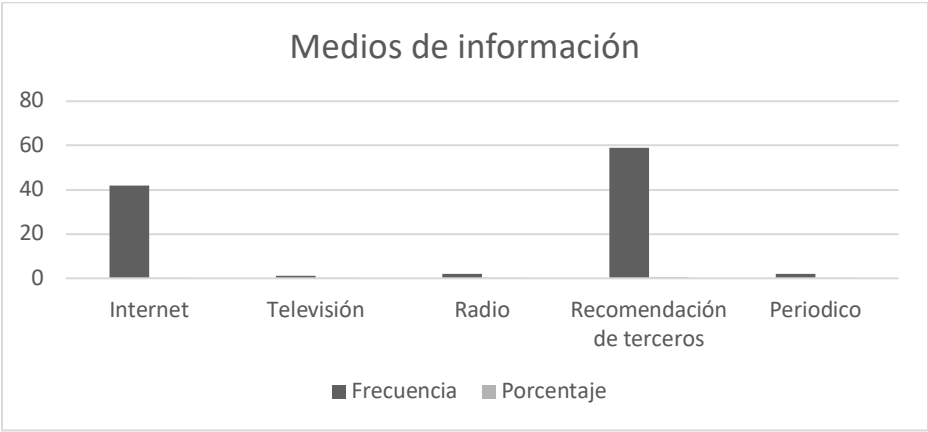
Tabla 8. Sensibilidad al precio.

Servicio	No lo requiere/no pagaría	Rango de precio 1	Rango de precio 2	Rango de precio 3
Marca	0%	16% DE 4,042.5 A 5,042.5	50% DE 5,043.5 A 6,728.0	34% DE 6,729.0 A 7,728
Patente	94.3%	0.9% DE 20,223.36 A 25,223.36	3.8% DE 25,224.36 A 29,142.0	0.9% DE 29,143.0 A 31,320.00
Slogan	87.7%	2.8% DE 2,394.0 A 2,850.0	8.5% DE 2,851.0 A 3,306.0	0.9% DE 3,307.0 A 3,762.0
Derechos de Autor	98%	0.9% DE 1,401.0 A 1,600	0.1% DE 1,601 A 1800.00	0.9% DE 1801.0 A 2,000.0

Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de mercado.

Así mismo se desprende los hábitos de los medios más utilizados para hacer llegar la publicidad a los clientes potenciales, ya que se destacan como los medios más recurridos para contratar una consultoría, las recomendaciones de terceros e internet como la vía más considerada para la elección de un despacho de abogados. (Grafica 3).

Grafica 3. Medios de información (publicidad).



Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de mercado.

Referente a los competidores identificados en los resultados del instrumento, arroja a tres diversas consultorías en nuestro Estado las cuales brindan servicios respecto a propiedad intelectual, mismas que se encuentran ubicadas en la ciudad de Ensenada, y Tijuana (Tabla 9).

Tabla 9. Identificación de competidores		
Competidor	Ciudad	Preferencias (moda)
Baja Patents	Ensenada, Baja California	Es el único que conozco
Lic. Roberto Jaime	Ensenada, Baja California	Recomendación de terceros
Casanova y Asociados	Tijuana, Baja California	Recomendación de terceros
Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de mercado.		

2.1.4 Conclusiones de la Encuesta.

Con base en la información recabada en la investigación de mercados, se concluye que, se identifica una demanda alta por el servicio de registro de marca, así como la utilización del servicio de asesoría legal. Así mismo se destaca la falta de conocimiento por parte del público sobre consultorías especializadas en propiedad intelectual, ya que aquellos que

requirieron el servicio lo contrataron por la recomendación de un tercero o bien, por ser el único lugar que conocen.

En promedio, las personas están dispuestas a pagar por un buen servicio, sin embargo, las mismas desconocen dónde acercarse para obtener información, por lo que, con base a dicha información, la consultoría deberá trabajar en la aplicación de una campaña publicitaria suficiente para lograr llegar a su mercado meta (target). Una vez que se identificó la deficiencia publicitaria, cabe destacar que, los encuestados señalan al internet como la fuente principal de método de información al requerir una consultoría, lo que nos lleva a concluir, que es necesaria la aplicación de una campaña publicitaria a través de la aplicación del marketing digital.

2.2. Estudio de mercado

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización (Baca, 2014).

El estudio de mercado implica tener una visión de la situación actual y futura de la organización por lo que es indispensable identificar el segmento de mercado que pretendemos penetrar, los puntos fuertes y débiles de la organización, así como identificar a nuestros competidores para lograr analizar y aplicar estrategias encaminadas a el logro de nuestros objetivos como empresa.

Al determinar el mercado al cual pretendemos dirigir nuestro servicio, podremos conocer a profundidad las necesidades de los clientes potenciales, lo cual es un pilar dentro de la elaboración de un plan de negocios, tal y como nos mencionan Paredes y Cardona (2014), respecto a cómo los consumidores cuentan con una diversidad de hábitos de consumo, necesidades, orígenes, etc., lo que hace que exista una dispersión de mercado y una dificultad para captar la preferencia de todos los clientes, lo que hace necesario dividir o segmentar el mercado para capitalizar oportunidades y enfocarse a satisfacer las

necesidades específicas del sector seleccionado con el objetivo de atraer al nicho de clientes deseados y estos no prefieran sustitutos de nuestros servicios.

2.2.1 Productos sustitutos

Considerando que los productos sustitutos son aquellos que pueden hacer la misma función que la ofrecida por la empresa líder según lo señalado por Herrera y Banquero (2018) citando a Porter (1980), un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

En los servicios especializados en Propiedad Industrial e Intelectual, el principal producto (servicio) sustituto es el IMPI, ya que los usuarios, pueden acceder directamente a través de su portal por internet y realizar todos los trámites conducentes al registro de sus derechos de Propiedad Industrial e Intelectual, lo que hace que los clientes potenciales dejen de lado el utilizar los servicios de una consultoría especializada en dicha materia, con el ánimo de ahorrar dinero y haciéndolo ellos mismos.

Una ventaja actual de la organización es el ofrecer servicios jurídicos especializados que otorgan seguridad a los usuarios de contar con la protección legal en cuanto a sus derechos intangibles de Propiedad Industrial e Intelectual oponibles y ejecutables contra terceros, aunado a que el concepto de la consultoría se enfoca en precios bajos, sin dejar de lado la calidad ya que según Stanton (2004), define al producto como un conjunto de atributos tangibles e intangibles(...); el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar una persona o una idea.

Así mismo una de las principales características del presente plan, es consolidar a la consultoría como una organización que dispone de diversos recursos humanos, materiales y financieros que le permiten ofrecer un servicio de calidad, así como los medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de sus servicios y actividades (Ver

Capítulo III Producción), para la satisfacción de los clientes actuales y potenciales del mercado.

2.2.2 Portafolio de productos

Actualmente la firma jurídica CCB Consultoría Corporativa, ofrece servicios profesionales jurídicos, atendiendo, representando, y gestionando todo lo conducente en la solución de conflictos de naturaleza Penal, Laboral, Civil y Mercantil (Ver Punto 1.7 Producto y/o servicios de la empresa)

En el presente proyecto se planificó la atención integral a las organizaciones que necesiten proteger legalmente su Propiedad Industrial e Intelectual dentro de nuestro país, implementando el siguiente portafolio de servicios (Tabla 10), el cual se describe bajo los rubros que se señalan (Tabla 11).

Tabla 10. Portafolio de servicios			
Rama	Servicio	Profundidad (número de servicios ofertados)	
Propiedad Intelectual	-Industrial	(5)	(Total: 7)
	-Derechos de Autor	(1)	
	-Asesoría legal	(1)	
Propiedad Industrial	-Registros	Marcas (1)	(Total: 5)
		Patente (1)	
		Modelos de utilidad (1)	
		Slogans (1)	
		Diseños Industriales (1)	
Derechos de Autor	-Registros	Obras literarias (1)	(Total: 1)
Asesoría Legal	-Propiedad Intelectual	Asesoría (1)	(Total: 1)
Fuente: Elaboración propia.			

Tabla 11. Descripción del portafolio de servicios.

<i>Rubro</i>	Descripción
Amplitud	3
Longitud	7
Profundidad	(5, 1, 1)
Consistencia	Los servicios se desarrollan en un mismo lugar, son todos del ámbito legal y tienen relación entre sí.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los servicios que se ofrecen, la consultoría cuenta con servicio integral de representación jurídica, ya que no solo contará con el rubro de Propiedad Industrial e Intelectual, sino que cuenta con profesionistas especializados en diversas áreas del derecho lo que permite al cliente por contar con una cobertura más amplia que con otros especialistas.

Producto

2.3 Distribución y punto de venta

Los canales de distribución pueden definirse como el método o conexión por el cual los productores ponen a disposición de los consumidores los productos o servicios (Polania, 2015).

La función de la distribución de la consultoría es la de informar, con un nivel de canal de marketing directo, ya que no cuenta con niveles de intermediarios, ya que la consultoría presta sus servicios directamente al cliente.

En cuanto al canal de marketing de consumo la consultoría se encuentra ubicada en el canal uno ya que el servicio se brinda directamente del fabricante (profesionista) al consumidor (cliente).

Respecto a las alianzas estratégicas con otras consultorías, cabe señalar que actúan como un sistema unificado, ya que hay un solo dueño, por lo que existe un sistema vertical de marketing, pues todos responden a un solo ente, en este caso a CCB consultoría corporativa.

La intensidad de distribución del servicio cuenta con un diseño del canal es exclusiva ya que la consultoría realiza la prestación de sus servicios a través de un solo intermediario dentro del mercado, convirtiendo a los servicios otorgados de especialidad con intensidad de distribución exclusiva.

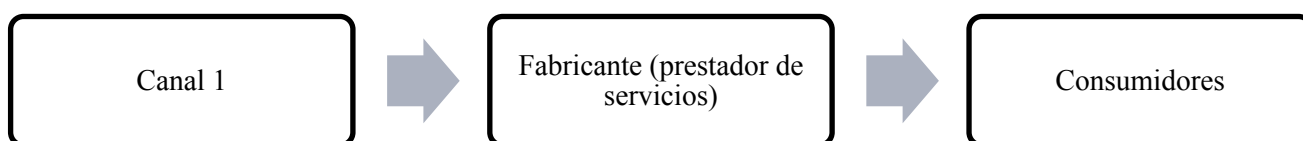
El presente proyecto se localiza dentro de los intermediarios de servicios a pequeña escala respecto al servicio prestado, mediante alianzas estratégicas con diversas consultorías jurídicas en el Estado y en la ciudad de México, realizando el servicio deseado por los clientes en las condiciones establecidas.

La comercialización y distribución de servicios se realiza de la siguiente forma:

Cliente – Consultoría.

La primera instancia y con mayor frecuencia la distribución del servicio se lleva de primera mano en la ciudad de residencia, en este caso Ensenada, Baja California, directamente en la consultoría, y con trato directo con el abogado litigante en el área jurídica solicitada, previa cita con el mismo, siendo esta la principal forma de distribución de servicio actualmente (Figura 3).

Figura 3 Canal de marketing de consumo.

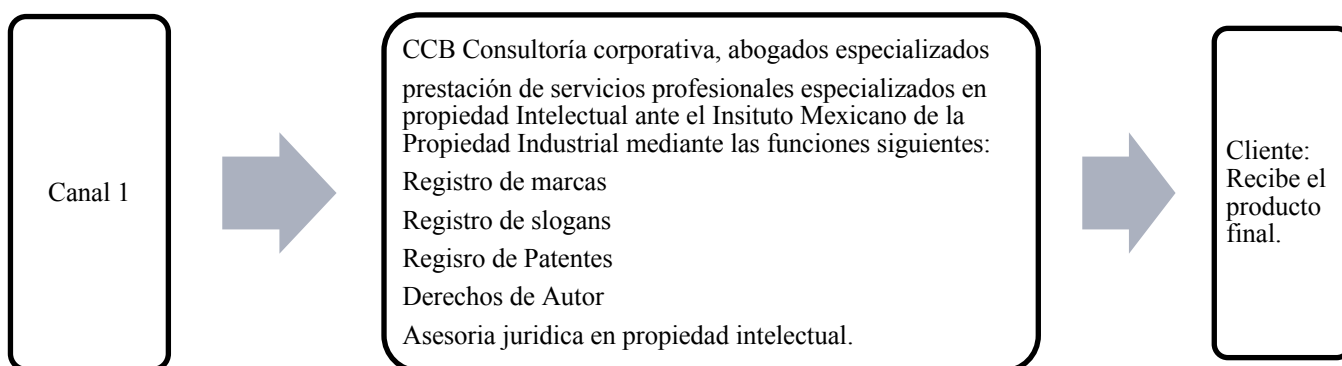


Fuente: Elaboración propia.

2.3.1 Miembros del canal y funciones.

El canal de marketing tiene como función hacer llegar el servicio ofertado hasta el consumidor (cliente, representado legal), mediante diversas herramientas desde los prestadores de servicios hasta el producto (servicio) final, donde el consumidor se encuentre satisfecho en sus necesidades. La consultoría se encuentra en el canal uno de servicios, donde la consultoría brinda el producto (servicio) final hasta llegar al cliente (Figura 4).

Figura 4. Miembros del canal de marketing de consumo y sus funciones.



Fuente: Elaboración propia.

2.4 Promoción del producto o servicios

Toda vez que la consultoría cuenta con más de dos años ofreciendo sus servicios, se busca atraer clientes potenciales mediante diversas herramientas de marketing, siendo que, considerando información recopilada en el estudio de mercado como referencia, se determinó que la publicidad es idónea para la consultoría es basada en los siguientes medios:

-Marketing digital

-Difusión de información mediante el uso de redes sociales e internet.

Actualmente la consultoría con mantiene la promoción de sus servicios a través de una página de Facebook <https://www.facebook.com/ccb.asesoresjuridicos/> ; debido a los altos índices de población que actualmente cuentan con herramientas virtuales como lo son las páginas sociales, es que la consultoría brinda promoción de sus servicios a través de dicha plataforma, con el objetivo de llegar a más personas y estos puedan realizar recomendaciones rápidas y conocer los servicios que se brindan, así mismo con el ánimo de difundir información relevante sobre los derechos de las personas al público en general.

2.4.1 Estrategias promocionales de ingreso

Según el Instituto Nacional del Emprendedor (2018), hoy en día, todas las pequeñas empresas necesitan un sitio web efectivo y móvil, una sólida presencia digital, y un plan claro para comunicarse con sus clientes en línea, por lo que es de suma importancia promocionar de forma efectiva, dinámica y contundente a la organización mediante estrategias que logren acercar al usuario con mayor facilidad a la información sobre los servicios ofrecidos por la organización.

Como estrategia de promoción de ingreso al mercado, la consultoría determinará una temporalidad, para la asesoría gratuita por apertura de área, con el fin de atraer clientes potenciales. La información anterior será distribuida por medio de redes sociales para una mayor facilidad de acercamiento al público.

Con la difusión de información en redes sociales, es posible alcanzar una ventaja competitiva a razón de los usuarios que utilizan tales plataformas, ya que según señala el INEGI (2018), en México el indicador de hogares con uso de internet hasta el año 2018 es de 52.9, traducido a 17.4 millones de hogares en el país de los cuales los Estados de Sonora, Baja California Sur, Ciudad de México, Baja California, Quintana Roo, Yucatán, Nuevo León, Colima, Sinaloa y Campeche son las entidades donde más del 60.0 por ciento de los hogares disponen de conexión a Internet.

Por su parte la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH, 2017), señala que, de aquellos que cuentan con estudios de nivel superior (licenciatura o posgrado), sólo un 5.5 por ciento no accede a la red. Los que cuentan con estudios de nivel medio superior (preparatoria o equivalente) representan un 12.9 por ciento y entre los que cuentan con estudios de nivel básico (primaria o secundaria), la cifra aumenta a un 47.3 por ciento. Las principales actividades realizadas en Internet durante 2017 son: “para obtener información” (96.9 por ciento), “para entretenimiento” (91.4 por ciento) y “para comunicarse” (90.0 por ciento). Otras como “acceder a contenidos audiovisuales” y “acceder a redes sociales” muestran porcentajes del 78.1 y el 76.6 por ciento, respectivamente.

Con base en la información mencionada, es que se determinó que las redes sociales son un portal idóneo para la promoción de los servicios ofrecidos por la consultoría con el objetivo de atraer clientes interesados en la protección de sus Propiedad Industrial e Intelectual, la cual se puede describir bajo los siguientes conceptos:

Beneficio: Practicidad, mayor alcance del mercado meta, difusión a bajo costo.

Razón: Ejercicio y protección de la Propiedad Industrial e Intelectual.

Mensaje: Protección y Seguridad.

2.5 Fijación y políticas de precio

“El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio (Baca, 2014, p.43)”

Para la fijación de políticas de precios es de suma importancia considerar los costos de producción del servicio ya que según Rincón y Villareal (2016), los costos deben analizarse para describirse, señalar y calcular la información económica y financiera de una organización, así como las necesidades particulares de la misma para la toma de decisiones.

Considerando lo anterior es que, la fijación de políticas de precio de los servicios del proyecto se determinó con base a la información recabada en el instrumento de medición, así como el análisis financiero de precios de producción, donde se establecen costos fijos y variables (Tabla 14), para obtener los valores de producción y determinar la utilidad que se desea para la consultoría, quedando tal y como se describe en la tabla 12, mismos que se fijaron considerando lo establecido por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO, 2018), donde se señala que los precios contarán con un valor agregado de I.V.A, ya que los mismos deben ser incluidos en el precio ostentado al público. Los precios ostentados pueden variar de acuerdo a diversos factores económicos, por lo que los precios marcados se encuentran sujetos a cambios.

Así mismo y con el objetivo de considerar diversos factores que pudieran determinar la fijación y políticas de precio del servicio se realizó una investigación donde se detallan los precios de la principal competencia según los datos obtenidos en la investigación de mercados (Tabla 13).

Tabla 12. Precios por servicio prestado.	
Servicio	Precio
Registro de Marca	\$ 7,032.5
Registro de slogan	\$ 2,760.00
Registro de Patente	\$ 38,257.00
Derechos de Autor	\$1,575.00
Asesoría Jurídica (propiedad intelectual).	\$400.00
Fuente: elaboración propia	

Tabla 13. Tabla de Precios por servicio de la competencia.

Servicio	Precio	I.V.A	Total
Marcas (Búsqueda Fonética)	\$450.00	\$72.00	\$522.00
Solicitud de Registro de Marca	\$5,800.00	\$928.00	\$6,728.00
Patente (Búsqueda de arte previo)	\$7,000.00	\$1,120.00	\$8,120.00
Registro de patente	\$27,000.00	\$4,320.00	\$31,320.00
Pago de Anualidades por Patente	-Primera a la Quinta (cada una) \$807.00	-Primera a la Quinta \$129.12.00	-Primera a la Quinta \$936.12
	-Sexta a Décima (cada una) \$1,496.00	-Sexta a Décima \$239.36.00	-Sexta a Décima \$1,735.36
	-Décima primera (cada una) \$2,248.00	-Décima primera \$359.68	-Décima primera \$2,607.68
Derechos de Autor	\$1,400.00	\$224.00	\$1,624.00
Slogan	\$2,394.00	\$456.00	\$2,850.00
Fuente: Elaboración propia a partir de precios de la competencia local.			

El análisis de costos de producción del servicio profesional para el registro de Propiedad Industrial e Intelectual se detalla de la siguiente manera:

Tabla 14. Costos Totales para determinar el costo de producción de manera mensual.

Gastos fijos		Gastos Variables	
Renta:		Luz:	
\$2,800.00		\$300.00 cada 2 meses = $150 \times \text{mes}/5 \text{ áreas} = \30	
Copiadora:		Agua:	
\$500.00/5 áreas= \$100		\$200.00/5 áreas=\$40	
Internet:		Hojas:	
\$500.00/5 áreas= \$100		\$0.30 cada hoja= 50 hojas máximo por servicio= \$15.00	
Limpieza:		Paquetería:	
\$500.00/5 áreas= \$100		\$150 por envío mensual	
Sueldo:		Gasolina:	
7,200.00		\$1,200.00	

Servicio	Costo ante IMPI	Costo por mes
Patente	\$13,482.24	1 patente por mes= \$13,482.24
Marca y Slogan	\$2,797.8	32 registros por mes= \$89,529.6

Fuente: elaboración propia.

Tomando los costos obtenidos por producción del servicio, se desprende el resultado del costo total por producción del servicio (Tabla 15).

Tabla 15. de Resultados de costo de producción por servicio.

Costos Totales de Gastos:	\$ 11,735.00 gastos fijos y variables mensuales
Total patente:	\$25,217.24 por producción de servicio al mes
Total marca/slogan:	\$ 3,164.51 por producción de servicio al mes

Fuente: Elaboración propia.

2.6 Plan de introducción al mercado

Toda vez que la consultoría es de reciente creación y cuenta con aproximadamente dos años en el mercado, es que se pretende tener una mayor difusión de sus servicios a través de diversos medios publicitarios, sin embargo, se pretende poder acceder a un plan detallado de marketing digital con el ánimo de tener mayor acercamiento a los empresarios de la zona, así como personas físicas con actividades de innovación tal y como se detallaron con anterioridad en el punto 2.4.

Así mismo y con el objetivo de optimizar tiempos y evaluar el presente pan y su introducción al mercado, se realizó un calendario para las actividades a desarrollar, mismo que cuenta con términos para la ejecución de sus operaciones otorgando a la organización control sobre el logro de objetivos planteados (Tabla 16).

Tabla. 16. Canalización de actividades

Actividad	1-2 mes	3-4 mes	5-6 mes	7-8 mes	9-10 mes	11-12 mes
Búsqueda de colaboradores para el área.	■					
Instalación de mobiliario		■				
Trámites de contratación		■				
Promoción del servicio			■			
Capacitación y adiestramiento			■			
Lanzamiento				■		
Diagnóstico administrativo					■	
Implementación de mejora continua						■
Evaluaciones				■	■	■
Fuente: Elaboración propia.						

2.7.1 Riesgos y oportunidades del mercado

Respecto a las oportunidades del mercado, se determinó con base al estudio de mercado que el área de Propiedad Industrial e Intelectual es poco explotada por abogados litigantes y/o consultores corporativos de la región, ya que son pocas los profesionistas los que ofrecen sus servicios especializados en dicha rama del Derecho.

Así mismo se determinó que, existe desconocimiento del tema de Propiedad Industrial e Intelectual del público en general, así como usuarios y clientes potenciales del servicio, lo que se considera una demanda insatisfecha del sector.

Por otro lado la creación de nuevas empresas en la región, se convierte en una oportunidad potencial para la obtención de nuevos clientes, ya que según el INADEM (2017) señala que si bien la esperanza de vida de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyME) depende de diversos factores (marca, calidad de los productos y servicios, cuestiones administrativas, ventas y planeación), debemos reconocer que las MiPyME y los emprendedores se enfrentan a un mercado adverso, pues desde el inicio de sus operaciones deben competir con grandes empresas que cuentan con una mayor solidez financiera, por lo que es necesario poder proteger sus activos intangibles en cuanto sea posible.

Se puede decir que los riesgos y oportunidades del mercado indiscutiblemente deben ser acompañados de un análisis externo a la organización para comprender las necesidades del nicho del mercado que se pretende penetrar con el objetivo de entender las necesidades socioculturales y económicas de los clientes potenciales para brindar un mejor servicio que permita posicionar en el mercado la marca de la organización tal y como se analiza en el punto que a continuación se describe.

Socioculturalmente nuestro país, cuenta con una falta de cultura de la información, y sobre todo cuando hablamos de nuestros derechos como representados de la nación. Tal y como se desprende de los resultados del cuestionario “preferencias de los clientes para el proyecto de la implementación de un área especializada en Propiedad Intelectual en una

Despacho Jurídico (abogados) en la ciudad de Ensenada, Baja California” (Anexo 1.0) aplicado en el presente estudio, se identifica que un alto porcentaje de la población encuestada, desconocen de especialistas en la materia, por lo que recurren a buscar a un profesionista por ser los únicos a los que conocen sin tomar en consideración si los mismos están capacitados para la ejecución del servicio.

En cuanto hace al ámbito económico, según señala el periódico El Economista (2018), las expectativas del año 2018 son de un crecimiento estimado de un 2.2% , ligeramente más alto que el del año 2017, que señalo un 2.1%. Sin embargo, el 2.2% se considera un amplio rango, ya que la expectativa más alta es de un 2.7% y la más baja de 1.5%.

La economía de nuestro país, se encuentra un tanto estática, con expectativas grandes, sin embargo, el crecimiento es lento, y esto afecta directamente el bolsillo del consumidor, lo que obstaculiza que un empresario pretenda invertir en su propiedad, por lo que recurren a consultorías de bajos costos o en su defecto prefieren ser ellos mismos quienes se encarguen de realizar todos los trámites necesarios para la protección de sus derechos.

2.7.1 Análisis FODA.

En cuanto a los riesgos y oportunidades de la consultoría se desarrolló un análisis sobre la situación de una empresa, analizando sus características internas y externas como lo son: sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), con la intención de desglosar con mayor los riesgos y oportunidades con las que cuenta la organización, para transformarlas en una ventaja para la empresa (Cuadro 1).

Cuadro 1. Matriz FODA de la empresa.

Fortalezas	Debilidades
- Experiencia en diversas áreas del Derecho. - Personal suficiente dentro del despacho, expertos en diversas áreas del Derecho. - Experiencia en área de Administración. - Asesoría jurídica gratuita (primera vez). - Estructura organizacional definida. - Instalaciones y material de trabajo adecuado. - Uso de medios electrónicos para la distribución de marketing digital. - Existencia de alianzas estratégicas con otras consultorías (Ensenada, Mexicali, Ciudad de México). - Ubicación favorable para los clientes. -	- Falta de alianzas estratégicas alrededor del mundo (la propiedad industrial e intelectual debe protegerse en todo el mundo). - No existe presencia en toda la República Mexicana. - Distancia con el IMPI. - Falta de experiencia a nivel internacional (litigio internacional respecto a los derechos derivados del uso de derechos).
Oportunidades	Amenazas
- Existencia de una demanda potencial respecto a la protección de la propiedad Industrial e Intelectual. - Existencia de Universidades y Centros de investigación importantes en el país. - Expansión del mercado. - Poca competencia en el mercado - La competencia cuenta con menor número de colaboradores en la zona lo que potencializa la distribución de información por parte de los colaboradores en diversos canales. - Oportunidad de consolidación a través del fomento de cultura de cuidado de la	- Reformas legislativas (cambios de leyes). - Crisis económica (pérdida de clientes). - Existencia de Consultorías especializadas en protección de propiedad Industrial e Intelectual en la ciudad. - Precios de la competencia. - Cambios en costos ante IMPI. - Costos de ampliación. - Demandas laborales (trabajadores). - Falta de personal especializado (posgrados) en propiedad industrial e intelectual. - Falta de información (cultura del cuidado de la propiedad industrial e intelectual).

- propiedad industrial e intelectual (realizar programas, conferencias, pláticas, etc. En diversas instituciones para la divulgación de información).
- Posibilidad de integrar nuevos litigantes especializados en diversas áreas del derecho.
- Demanda insatisfecha por la falta de competidores.

Fuente: Elaboración propia.

En el siguiente Capítulo, denominado Producción, se utilizó la información recopilada en el FODA de la organización, para la toma de decisiones que puedan favorecer a la consultoría, ya que, identificar la situación actual de la empresa ayuda a disminuir los riesgos y abrir mayores oportunidades al mercado que se pretende penetrar, siendo un pilar importante para la optimización de procesos de producción, la mejora continua y logro de objetivos a mediano y largo plazo.

El análisis FODA de igual manera fue utilizado como base para el desarrollo del Capítulo VII del presente proyecto, denominado Riesgos críticos, toda vez que, las amenazas y debilidades de la organización son aquellas que se pretenden mitigar, a través de las fortalezas y oportunidades de la organización, resaltando con ello la importancia del presente análisis identificando las variables que intervienen en la organización.

CAPITULO III

PRODUCCIÓN

Con el fin de plasmar los procesos de producción de servicio en el presente plan, se desarrollaron las especificaciones técnicas necesarias para brindar el servicio requerido en el área de Propiedad Industrial e Intelectual dentro de la consultoría, tomando como referencia lo señalado por Baca (2014) ya que define el proceso de producción como el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de éstos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción.

En esta parte del estudio podemos observar paso a paso el proceso del servicio, así como tiempos y sus especificaciones (Tabla 17). Algunos siendo sencillos, mientras que otros dependen del proceso interno del IMPI y no de la consultoría, tal como se muestra en el desarrollo del presente capítulo.

Tabla 17. Proceso de servicio de Propiedad Intelectual.

Servicio	Tiempo estimado	Descripción
1. Atención de primera vez.	10 a 15 minutos	Se recibe y atiende al cliente potencial (Forma personal, vía telefónica, paginas sociales o correo electrónico), para canalizarlo al especialista en la materia.
2.- Registro de datos.	10 a 30 minutos	Se realiza un registro de datos personales, así como la materia en la que requieren representación legal.
3.- Canalización con especialista de área	30 minutos a 1 hora	Se brinda asesoría, para determinar si es necesaria la representación jurídica.
4.- Aceptación del cargo e inicio de trámite.	Según el tramite a realizar será el tiempo estimado (dependen los tiempos de las autoridades)	Se inician los trámites necesarios para la representación legal, y solución de conflictos.
5.- Fase intermedia.	Indefinido	Se gestiona todo aquello conducente a la terminación del trámite.
6.- Culminación del servicio.	Se define según el trámite a seguir.	Se hace entrega al cliente de la documentación necesario para dar comprobación a su trámite.

Fuente: Elaboración propia.

3.1 Descripción de los procesos de producción.

Tal y como se hizo mención, el proceso de producción del servicio no solo depende de la consultoría, sino del proceso interno del IMPI, por lo que a continuación se detalla en cuanto a los registros de marcas y patentes ante dicho instituto (Tablas 18 y 19). Las fases

de procedimiento que se describen, se consideraron desde la presentación de la solicitud hasta la expedición del título respectivo emitido por el instituto, quedando de la manera siguiente:

Tabla 18. Proceso de servicio de registro de marca ante el IMPI.

Gestión	Tiempo	Pago ante el IMPI
Presentación de la solicitud de marca ante el IMPI	N/a	\$2851.04
Examen de forma	Tres meses	n/a
Examen de fondo	Cuatro meses	n/a
Expedición del título sin costo	N/a	n/a
Pago por renovación por registro de marca nacional , por cada clase (10 años)	Cada 10 años	\$3,048.00
Fuente: Elaboración propia a partir de información del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.		

Tabla 19. Proceso de servicio de registro de patente ante el IMPI.

Gestión	Tiempo	Pago ante el IMPI
Presentación de solicitud de patente ante el IMPI	n/a	\$8,762.00
Examen de forma	El IMPI cuenta con un plazo de hasta tres meses para emitirlo.	n/a
Publicación en la gaceta de solicitudes de patente.	Hasta 19 meses a partir de la fecha de presentación.	n/a
Examen de fondo. -Novedad. -Actividad inventiva. -Aplicación industrial.	Hasta cuatro años y medio para emitir un primer dictamen.	n/a
Expedición del título.	n/a	\$3595.00
Pago de anualidades	Por año.	1ra a 5ta por cada uno \$1347.00 6ta a 10ma cada una \$1,578.00 A partir de la 11ª \$11,782.00

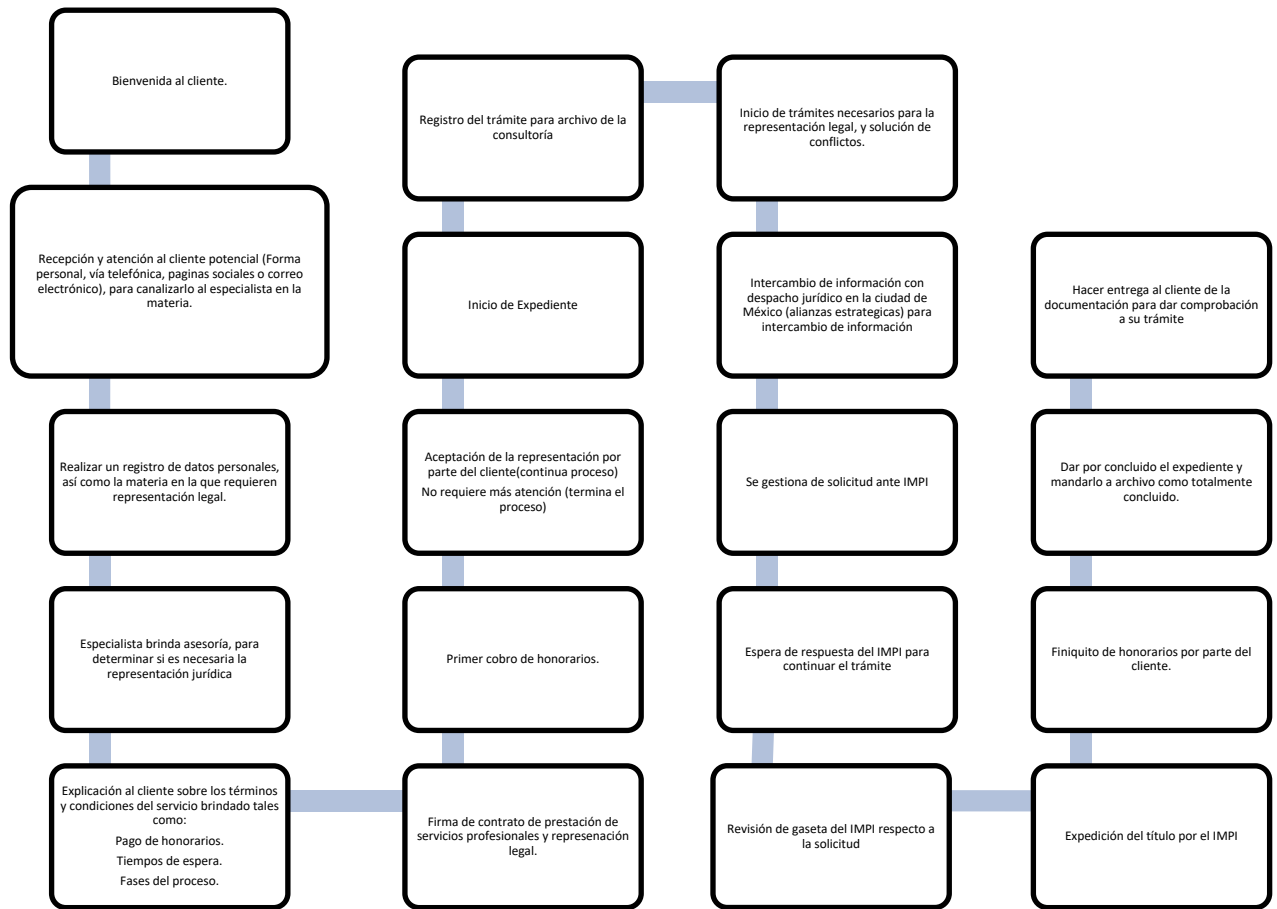
Fuente: Elaboración propia a partir de información del IMPI.

3.2 Diagrama de flujo del proceso del servicio

Un diagrama de flujo es una representación gráfica que desglosa un proceso en cualquier tipo de actividad a desarrollarse tanto en empresas industriales o de servicios y en sus departamentos, selecciones u áreas de su estructura organizativa (Manene,2011).

Según Baca (2014), señala que, para representar y analizar el proceso productivo, existen varios métodos, dependerá de los objetivos del estudio por lo que se optó por representar el desarrollo del proceso del presente proyecto a través de un diagrama de bloques que permita mostrar la estructura organizativa y analizar el proceso productivo de la organización, siendo este el método más sencillo para representar un proceso de servicios jurídicos profesionales (Figura 5).

Figura 5. Diagrama de bloques de servicio de propiedad intelectual.



Fuente: Elaboración propia a partir del Baca (2014)

3.3 Características de la tecnología empleada.

La consultoría contará con misma tecnología que se ha venido empleando actualmente, ya que, por ser un servicio del ámbito jurídico, la tramitología se realiza a través de equipo de cómputo, telefónico y de internet. El empleo de dicha tecnología dependerá de las capacidades de los colaboradores para su operación por lo que deberán conocer e implementar el método que mejor se ajuste a cada una de las fases del servicio.

3.4 Equipo e instalaciones.

Otro factor importante en el proceso de producción del plan de negocios es contar con el equipo necesario para poder desarrollar las actividades del servicio.

Una vez realizada una evaluación del equipo con el que la consultoría cuenta actualmente, se determinó la necesidad de adquisición de equipo necesario para el funcionamiento del área, así como la cantidad requerida de los mismos (Tabla 20). Tomando en consideración que la organización cuenta con la infraestructura necesaria se describe a continuación única y exclusivamente el equipo faltante para el desarrollo del presente proyecto.

Tabla 20. Equipo requerido para operación.

Cantidad	Concepto	En existencia en la consultoría	Unidad
1	Escritorio		Pieza
1	Silla Ejecutiva		Pieza
2	Sillas		Pieza
1	Sillón	X	Pieza
1	Multifuncional (impresora, copiadora, scanner)	X	Pieza
Indefinido	Artículos de oficina (hojas, plumas)		Pieza
2	Engrapadoras	X	Pieza
1	Computadora de escritorio		Pieza
1	Teléfono	X	Pieza
1	Archivero		Pieza

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al equipo faltante se realizó un análisis de precios, para determinar los costos de equipo faltante para operar (Tabla 21), dando un total de \$21,097.20 pesos m/n. tal y como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 21. Precios de equipo faltante.			
Cantidad	Concepto	Cantidad presupuestada	Unidad
1	Escritorio	\$3,199.20	Pieza
1	Silla Ejecutiva	\$1699.00	Pieza
2	Sillas	\$450.00 X 2	Pieza
1	Computadora de escritorio	\$10,000.00	Pieza
1	Archivero	\$5,299.00	Pieza
TOTAL		\$21,097.20	

Fuente: Elaboración propia. Precio incluye IVA.

3.5 Materia prima.

En cuanto a la materia prima para el servicio brindado, la misma será responsabilidad del encargado de área, ya que, este deberá supervisar los recursos existentes, así como la falta de ellos, para poder solicitar al encargado general, pueda suministrarlos con tiempo.

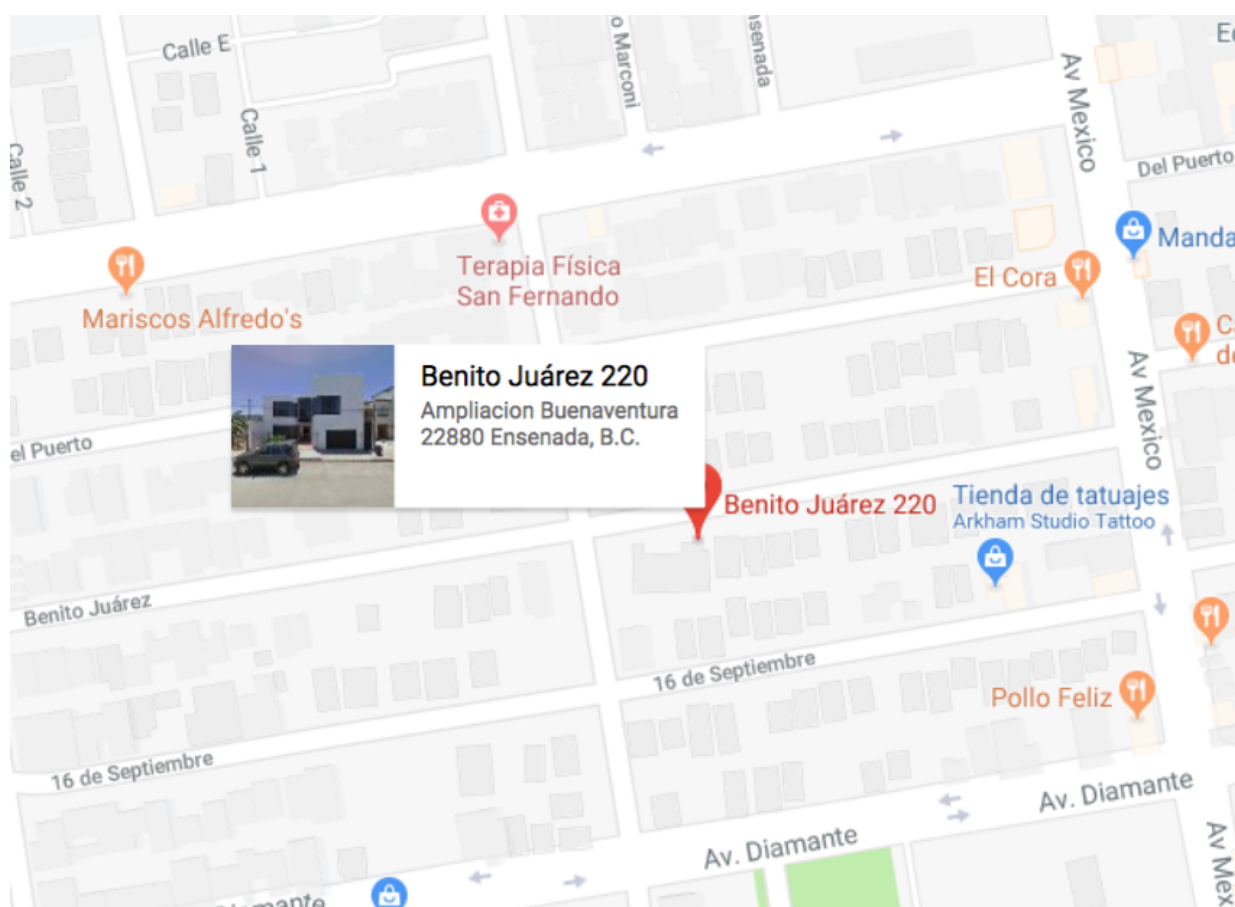
3.6 Manejo de inventarios de servicios concluidos.

Dado que el servicio que se brinda en la consultoría es del rubro jurídico profesional, se estableció que el método más práctico para evaluar los inventarios del área, es el de primeras entradas y salidas, con lo que se llevará un control de los archivos de servicios totalmente concluidos y los pendientes de actuación. Lo anterior permitirá calcular la frecuencia de consumo del servicio, así como hacer un cálculo de la materia prima utilizada por área. Por lo que la evolución del proyecto en cuanto a costos podrá ser visible y tomarse en consideración para la toma de decisiones futuras, no solo del área de Propiedad Industrial e Intelectual, sino de los diversos servicios que ofrece la consultoría.

3.7 Ubicación de la empresa

Como ya se hizo mención en los capítulos anteriores, la consultoría se encuentra ubicada en Calle Benito Juárez, número 220 de la ampliación Buenaventura, de esta ciudad de Ensenada, Baja California (Imagen 1); los profesionistas de las diversas áreas cuentan con oficinas en dicha ubicación, con el objetivo de facilitar al cliente la asesoría no solo en el área de Propiedad Industrial e Intelectual, sino en las diversas áreas del derecho que brinda la organización.

Imagen 1 Ubicación de la organización



Fuente: Google maps (2017).

3.8 Diseño y distribución de la planta y oficinas

A continuación, se muestra el diseño actual de la organización (Imagen 2), así mismo en el plano de distribución (Imagen 3), se observa la distribución física con las que cuenta la consultoría. La oficina indicada en el plano de distribución de la consultoría y marcada con el nombre de “cubículo 5” (Imagen 3), es aquella que servirá para asentar el área de servicios de Propiedad Industrial e intelectual, ya que es la que actualmente se encuentra vacante.

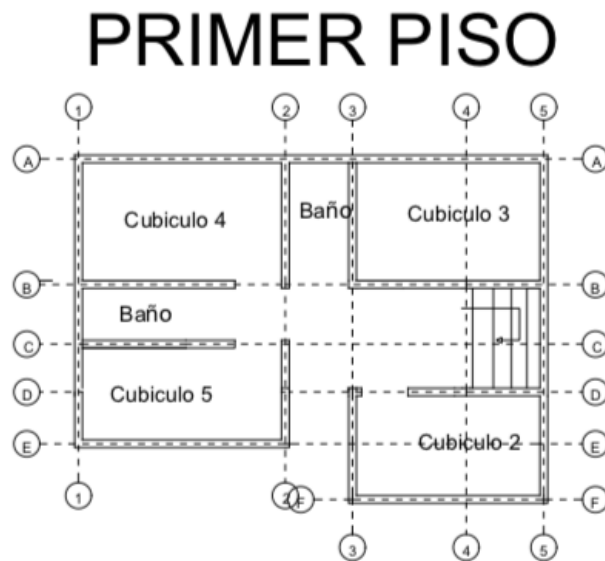
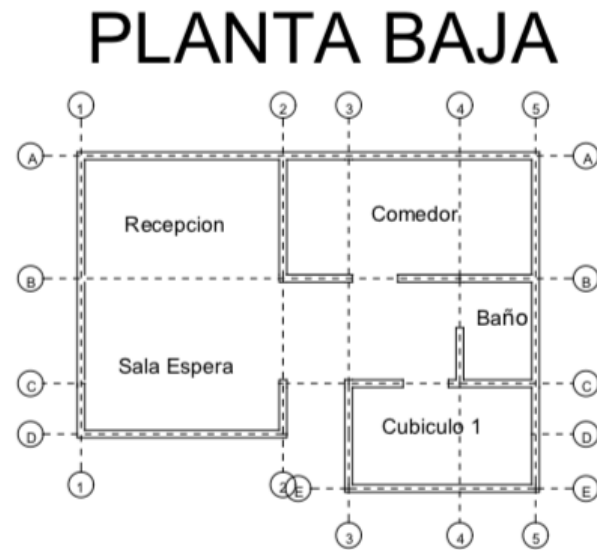
En cuanto a la infraestructura o cambios que la misma podría tener, se decidió que no contará con modificaciones físicas para poder llevar a cabo los planes de expansión, quedando de la misma forma que marca el plano actual.

Imagen 2. Diseño de CCB Consultoría Corporativa.



Fuente: Google maps (2017).

Imagen 3. Plano de distribución de la organización.



Fuente: Ing. Eder Haniel Torres Sánchez.

3.9 Mano de obra requerida

Ya que la consultoría actualmente se encuentra en funciones, cuenta con el personal suficiente para realizar trabajos tanto generales como de prestación de servicios jurídicos profesionales en las áreas de servicios ofrecidos en la actualidad. En cuanto al área de Propiedad Industrial e Intelectual, se requerirá de un equipo de dos personas; el abogado titular del área y un pasante en derecho. Los nuevos integrantes del proyecto serán los encargados de ejecutar el proceso del servicio de la nueva área con apoyo de la secretaría ejecutiva y los encargados de los diversos departamentos de la consultoría.

Entre algunas de las tareas y responsabilidades de los nuevos integrantes del proyecto estarán las siguientes:

Abogado titular del área de propiedad intelectual
--

- Asesoría y gestión de expedientes.
- Atención al cliente.
- Manejo y supervisión de asuntos.
- Gestiones conducentes al servicio.
- Realizar el proceso de solicitudes.
- Conclusión de servicios.

Pasante en Derecho

- Revisión de gaceta oficial.
- Seguimiento de gestiones.
- Apoyo en revisión de expedientes.
- Apoyo en atención al cliente.
- Manejo de archivo.
- Secretaria
- Recepción de clientes.

- Recepción de mensajes.
- Envío de mensajería.
- Recepción de mensajería.

Es relevante que el plan de negocios cuente con un equipo capacitado para su ejecución por lo que los integrantes del área de Propiedad Industrial e Intelectual deberán cumplir con un programa de servicio al cliente, tal y como se muestra en el siguiente punto:

3.9.1 Programa de servicio

Respecto a los horarios marcados para la gestión del servicio como se muestra en la tabla 22. se muestran los horarios de servicios que se ostenta al público con ocho horas diarias de funcionamiento de lunes a viernes, brindando servicios en los diversos departamentos jurídicos del derecho, por lo que basándose en los horarios ya establecidos de la organización quedaría de la siguiente manera:

Tabla 22. Programa de servicio.					
Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
8:00-9:00 am	Revisión de expedientes	Revisión de expedientes	Revisión de expedientes	Revisión de expedientes	Revisión de expedientes
9:00-10:00 am	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones
10:00-11:00 am	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones
11:00-12:00 am	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones
12:00-13:00 pm	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones
13:00-14:00 pm	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones
14:00-16:00 pm	Comida	Comida	Comida	Comida	Comida
16:00-18:00 pm	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones	Oficina/citas/gestiones
Fuente: Elaboración propia					

Es importante señalar que los colaboradores de la consultoría no cuentan con horarios de entrada y salida, ya que, esto generaría una relación laboral y no de honorarios como se describe en el capítulo VII “Aspectos legales de implementación y operación”.

Considerando lo anterior es que la tabla 3.6 marca un programa de servicio sugerido, ya

que siempre que los integrantes de los diversos departamentos den cumplimiento a sus cumulo laboral, estos podrán horarios de atención al público según sus necesidades.

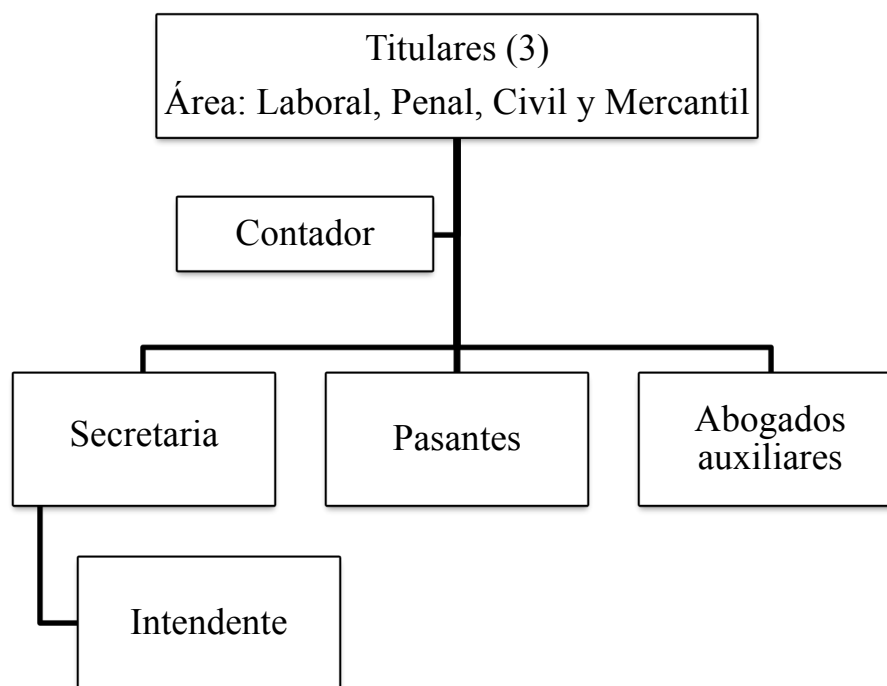
CAPITULO IV

ORGANIZACIÓN

CCB consultoría corporativa, actualmente cuenta con una asignación de puestos donde se distribuyen las responsabilidades respectivas de cada colaborador tal y como se ilustra en la figura 6, donde se observa que los abogados litigantes y socios fundadores del despacho son quienes se encargan de tomar las decisiones dentro de la organización.

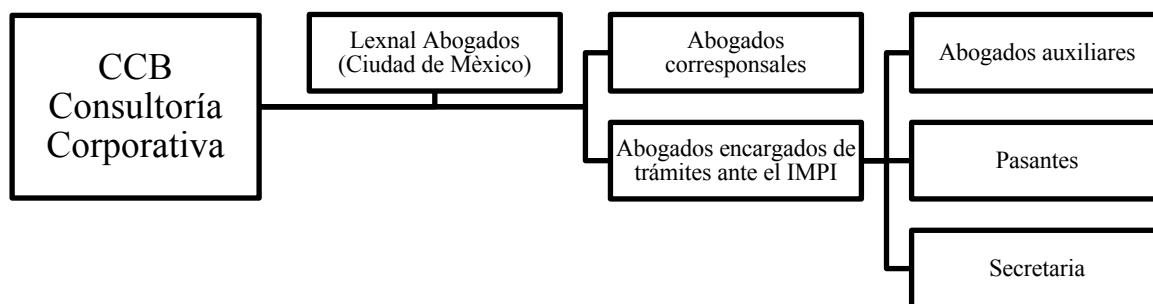
4.1. Estructura Organizacional

Figura 6. Organigrama de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

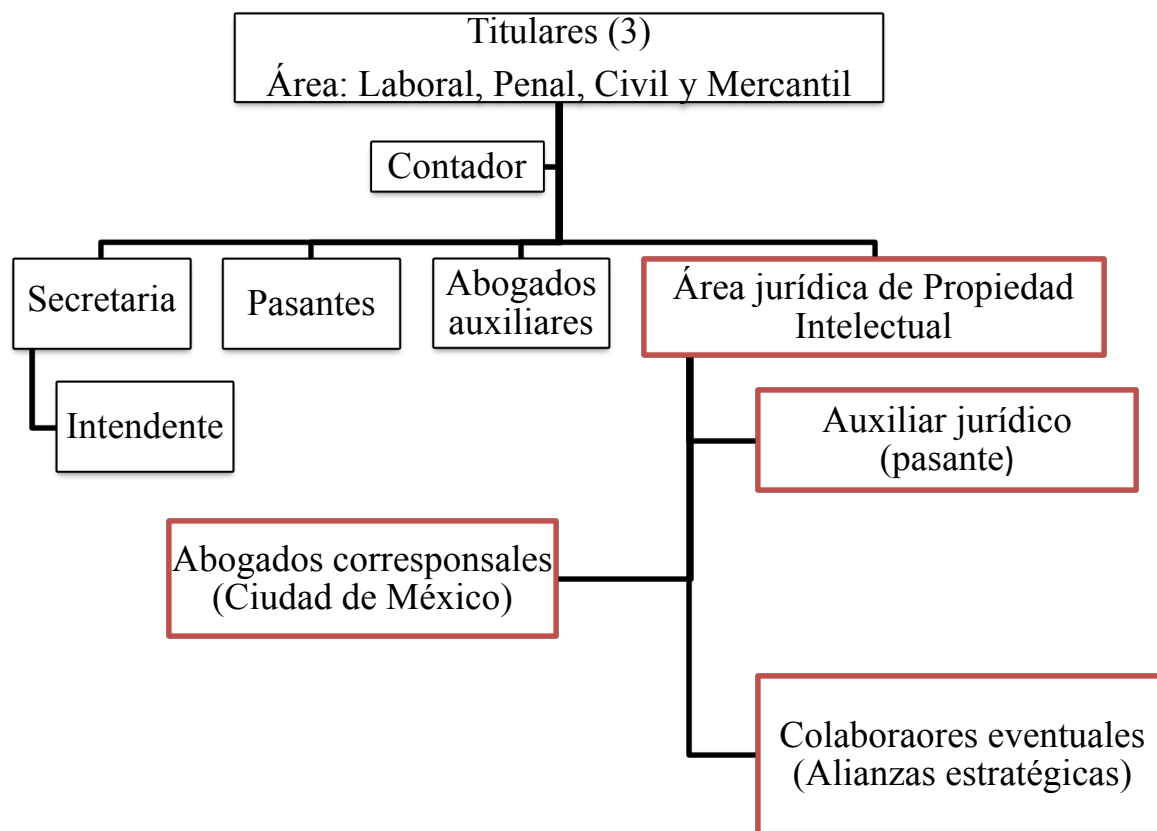
Figura 7. Organigrama de Alianzas estratégicas con otras consultorías.



Fuente: Elaboración propia.

Dada la estructura organizacional actual es que se estudia en el presente proyecto la implementación de puestos, quedando tal y como se muestra en la figura 4.3 de Organización con nuevos puestos de la organización.

Figura 8. Organigrama de la organización con implementación de nuevos puestos.



Fuente: Elaboración propia.

4.2. Funciones específicas por puesto

A continuación, se describen las funciones específicas de los puestos que conforman la organización, así como la descripción de los puestos que serán requeridos para ocupar el área jurídica de propiedad Intelectual.

Descripción de puestos

Área Laboral

Datos generales del puesto

Título del puesto: Litigante del área laboral.

Superior inmediato al cual reportar: consejo de abogados titulares del despacho.

Descripción general del puesto: Abogado litigante dedicado a la atención obrero-patronal ante las juntas de conciliación y arbitraje, así como su representación y pronta respuesta a las discrepancias de índole laboral a sus representados.

Perfil del puesto:

Escolaridad: Licenciatura en Derecho.

Conocimiento: Trámites y procesos ante las juntas de conciliación y arbitraje. Recursos Humanos.

Derecho Laboral.

Manejo del idioma inglés superior al 80%.

Legislación secundaria referente a derecho laboral.

Manejo de la página del seminario y el sistema de consulta (IUS).

Honorarios: Pago por honorarios de asunto concluido.

Horario: Horario flexible según las necesidades del litigante y carga laboral.

Fuente: Elaboración propia

Área Civil y Mercantil

Datos generales del puesto

Título del puesto: Litigante del área Civil

Superior inmediato al cual reportar: consejo de abogados titulares del despacho.

Descripción general del puesto: Abogado litigante dedicado a la atención a personas físicas o morales ante los juzgados Civiles, Mercantiles y familiares del Estado otorgando pronta respuesta a las discrepancias de índole civil a sus representados.

Perfil del puesto:

Escolaridad: Licenciatura en Derecho.

Conocimiento:	Trámites y procesos ante los Juzgados civiles, mercantiles y familiares, centro de justicia alternativa de solución de conflictos. Recursos Humanos. Derecho civil, mercantil y familiar. Manejo del idioma ingles superior al 80%. Legislación secundaria referente a derecho civil Manejo de la página del seminario y el sistema de consulta (IUS).
Honorarios:	Pago por honorarios de asunto concluido.
Horario:	Horario flexible según las necesidades del litigante y carga laboral.

Fuente: Elaboración propia

Área Penal

Datos generales del puesto

Título del puesto: Litigante del área Penal

Superior inmediato al cual reportar: consejo de abogados titulares del despacho.

Descripción general del puesto: Abogado litigante dedicado a la atención a imputados y víctimas del delito, ya sean personas físicas o morales ante Ministerio público del fuero común y federal, así como su representación y pronta respuesta a las discrepancias de índole penal a sus representados.

Perfil del puesto:

Escolaridad:	Licenciatura en Derecho.
Conocimiento:	Trámites y procesos ante Ministerio Público, Procuraduría general de la Republica, Procuraduría general de Justicia del Estado, Centro de Reinserción Social, Centros de justicia Alternativa Penal y Juzgados del fuero común y federal penal. Recursos Humanos. Manejo del idioma ingles superior al 80%. Legislación secundaria referente a derecho penal. Manejo de la página del seminario y el sistema de consulta (IUS).
Honorarios:	Pago por honorarios de asunto concluido.
Horario:	Horario flexible según las necesidades del litigante y carga laboral.

Fuente: Elaboración propia

Área Contabilidad	
Datos generales del puesto	
Título del puesto:	Contador Público.
Superior inmediato al cual reportar:	consejo de abogados titulares del despacho.
Descripción general del puesto:	Encargado de la contabilidad de la consultoría, así como las declaraciones tanto mensuales como anuales de los abogados titulares.
Perfil del puesto:	
Escolaridad:	Licenciatura en Contaduría.
Conocimiento:	Trámites y procesos ante Sistema de Administración Tributaria. Legislación secundaria referente a derecho fiscal
Honorarios:	Pago por honorarios.
Horario:	Sin horario.
Fuente: Elaboración propia	

Área de recepción	
Datos generales del puesto	
Título del puesto:	Secretaria ejecutiva.
Superior inmediato al cual reportar:	consejo de abogados titulares del despacho.
Descripción general del puesto:	Atención inicial de clientes presentes, así como clientes potenciales, encargada de cobros y de gestión de tramites Notariales.
Perfil del puesto:	
Escolaridad:	Estudiante, Preparatoria terminada o Licenciatura trunca.
Conocimiento:	Manejo de office. Atención al cliente Manejo sistemático de información y base de datos. Manejo del idioma ingles superior al 80%.
Honorarios:	Pago por honorarios.
Horario:	Lunes a Viernes de 9:00 am a 2:00 pm con 1 hora de comida reincorporándose a las 3:00 pm con horario de salida de 5:00pm.
Fuente: Elaboración propia	

Área Auxiliar jurídico

Datos generales del puesto

Título del puesto: Abogados auxiliares.

Superior inmediato al cual reportar: consejo de abogados titulares del despacho.

Descripción general del puesto: Atención inicial de clientes presentes, así como apoyo en las áreas de derecho ofertadas por la consultoría.

Perfil del puesto:

Escolaridad: Licenciatura en Derecho concluida o carta legalizada para ejercer la profesión de licenciatura en derecho.

Conocimiento: Conocimientos generales de derecho.

Manejo de office.

Buena atención al cliente.

Manejo sistemático de información y base de datos.

Manejo del idioma inglés superior al 80%.

Manejo de la página del seminario y el sistema de consulta (IUS).

Honorarios: Pago por honorarios.

Horario: Sin horario.

Fuente: Elaboración propia

Área diversa como pasante de derecho.

Datos generales del puesto

Título del puesto: Pasante o estudiante de derecho.

Superior inmediato al cual reportar: consejo de abogados titulares del despacho.

Descripción general del puesto: Pasante o estudiante de la licenciatura en derecho con carta legalizada, con conocimientos teóricos/prácticos de las diversas áreas manejadas en la organización, para apoyo en gestión de trámites y revisión de expedientes a los litigantes en diversas áreas.

Perfil del puesto:

Escolaridad: Comprobante de estudios o carta legalizada para ejercer la profesión de licenciatura en derecho.

Conocimiento: Conocimientos generales de derecho.

Manejo de office.

Trámites y procesos ante las juntas de conciliación y arbitraje y juzgados en general.

Conocimientos sobre procesos sumarios y ordinarios.

Manejo de boletín judicial de la Federación.

Manejo de la página del seminario y el sistema de consulta (IUS).

Honorarios: Apoyo mensual.

Horario: Sin horario.

Área de Intendencia

Datos generales del puesto

Título del puesto: Intendente

Superior inmediato al cual reportar: consejo de abogados titulares del despacho.

Descripción general del puesto: encargado de limpieza en general de oficinas, área de comida, recibidores, recepción, patios y en general todas las instalaciones. Encargado de informar todos aquellos desperfectos de las instalaciones para su atención y reparación.

Perfil del puesto:

Escolaridad: Saber leer y escribir.

Conocimiento: Limpieza en general.

Honorarios: Pago de \$250.00 (Doscientos cincuenta pesos m.n 00/100) por día.

Horario: Miércoles de cada semana de 9:00 am a 1:00 pm.

Fuente: Elaboración propia

Área de Propiedad Intelectual

Datos generales del puesto

Título del puesto: Litigante del área Propiedad Intelectual.

Superior inmediato al cual reportar: consejo de abogados titulares del despacho.

Descripción general del puesto: Abogado litigante dedicado a la atención de personas físicas y morales brindando atención, representación, gestión y asesoría a tramites de Propiedad Intelectual.

Perfil del puesto:

Escolaridad:	Licenciatura en Derecho con especialidad o posgrado a fin en área de propiedad intelectual.
Conocimiento:	Trámites y gestión de procesos ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Recursos Humanos. Especialidad en Propiedad intelectual. Manejo del idioma inglés. Legislación secundaria referente a derecho intelectual. Manejo de la página del seminario y el sistema de consulta (IUS).
Honorarios:	Pago por honorarios de asunto concluido.
Horario:	Horario flexible según las necesidades del litigante y carga laboral.

Fuente: Elaboración propia

4.3. Capacitación del personal.

Es en la capacitación de personal donde entra la administración de Recursos Humanos, ya que es de suma importancia para cualquier organización que sus colaboradores se encuentren capacitados para el puesto que desempeñen dentro de la misma, logrando satisfacción mutua entre la empresa y el empleado.

En cuanto al personal, el mismo requiere del desarrollo de un programa que permita a los empleados ser seleccionados y entrenados para aquellos puestos que sean más adecuados a sus habilidades desarrolladas, con el propósito de conquistar y mantener a las personas en la organización, trabajando y dando el máximo de sí, con una actitud positiva y favorable. Esto representa todas aquellas cosas que hacen que el personal permanezca en la organización y de este modo alcanzar los objetivos propuestos por la empresa y lograr óptimos resultados en los servicios que la misma brinda, dando como consecuencia una mayor utilidad (Báez & Santos, 2015).

En cuanto a los aspectos legales que trae aparejada la contratación y capacitación de colaboradores de las organizaciones, encontramos que la Ley Federal del Trabajo señala en su capítulo III Bis, De la Productividad, Formación y Capacitación de los Trabajadores, en su artículo 153-A, párrafos I y II lo que a la letra dice.

Artículo 153-A. Los patrones tienen la obligación de proporcionar a todos los trabajadores, y estos a recibir, la capacitación o el adiestramiento en su trabajo que le permita elevar su nivel de vida, su competencia laboral y su productividad, conforme a los planes y programas formulados, de común acuerdo, por el patrón y el sindicato o la mayoría de sus trabajadores.

Para dar cumplimiento a la obligación que, conforme al párrafo anterior les corresponde, los patrones podrán convenir con los trabajadores en que la capacitación o adiestramiento se proporcione a estos dentro de la misma empresa o fuera de ella, por conducto de personal propio, instructores especialmente contratados, instituciones, escuelas u organismos especializados, o bien mediante adhesión a los sistemas generales que se establezcan (Congreso de la Unión, 2015)

Con base en lo anterior es que la organización efectuará capacitación de forma anual al personal existente y a los nuevos puestos al incorporarse, en base a las funciones propias de su puesto bajo los siguientes términos:

1. El colaborador aprenderá sus funciones.
2. El colaborador aprenderá en que se basan las funciones de los demás puesto.
3. Se impartirá un curso rápido en sistemas y manejo de información interna de la consultoría.
4. Actualizar los conocimientos de los puestos desempeñados, mediante información actualizada de sus actividades.
5. Impulsar al personal para que continúe sus estudios mediante estímulos de tiempo libre.

4.4. Desarrollo del Personal

Señalar la importancia del desarrollo del personal en la organización es crucial para lograr determinar las necesidades de nuestros colaboradores, ya su nivel de satisfacción laboral será reflejado en los servicios de la empresa.

Contar con el personal adecuado se vuelve de suma importancia para la ejecución de un proyecto, según Castillo (2012), señala que el capital humano constituye actualmente un factor que agrega valor a las organizaciones, este valor se hace aún más relevante cuando el conocimiento se coloca en función del logro de los objetivos de la organización.

Por su parte Rojas y Maigret (2018) puntualizan que, la promoción y el desarrollo del talento humano es factor clave de éxito en la gestión de las organizaciones, como estas buscan motivar a sus colaboradores mediante la implementación de distintas estrategias que permitan satisfacer tres aspectos fundamentales en el individuo como son: (1) las expectativas profesionales, (2) las expectativas personales y (3) las expectativas laborales.

De forma general se busca que el colaborador se sienta satisfecho para que de lo mejor de sí en el área que le corresponda, sin embargo, la organización tiene gran responsabilidad al no olvidarse de la motivación que debe tener sobre sus integrantes.

El concepto de talento se puede restringir si se observa desde el punto de vista del desarrollo de competencias, considerando así talentosas a las personas capaces de desempeñarse de manera sobresaliente en la función que tienen asignada (Castillo, 2012).

Con el objetivo de mantener el talento humano en la organización, se determinó que, es necesario que la consultoría brinde a sus colaboradores la capacitación correspondiente a los diversos servicios que se prestan en la organización, apoyando con los recursos necesarios para que los mismos tomen diplomados y cursos inherentes a las labores determinadas en su puesto. Los respectivos representantes de área tendrán la responsabilidad de seleccionar los cursos y diplomados que conforme a su contenido sean de relevancia para la mejora del servicio. La aportación económica que brinde la organización para dicha capacitación se dará previa aprobación de los socios y tomando en consideración las variables que intervengan en los mismos, como lo son; antecedentes del

colaborador en otros cursos y diplomados, modo, costos, tiempo y lugar, con el ánimo de crear un historial que logre evaluar la relevancia de los mismos.

4.5. Administración de Sueldos y Salarios.

Según se explica en el punto 7.4 sobre trámites laborales, existen dos tipos de contratos que son empleados por la organización, el primero de ellos es el Contrato individual de trabajo el cual consta de un salario y el contrato de prestación de servicios profesionales también conocido como honorarios donde existe el pago de un servicio sin ser este un sueldo.

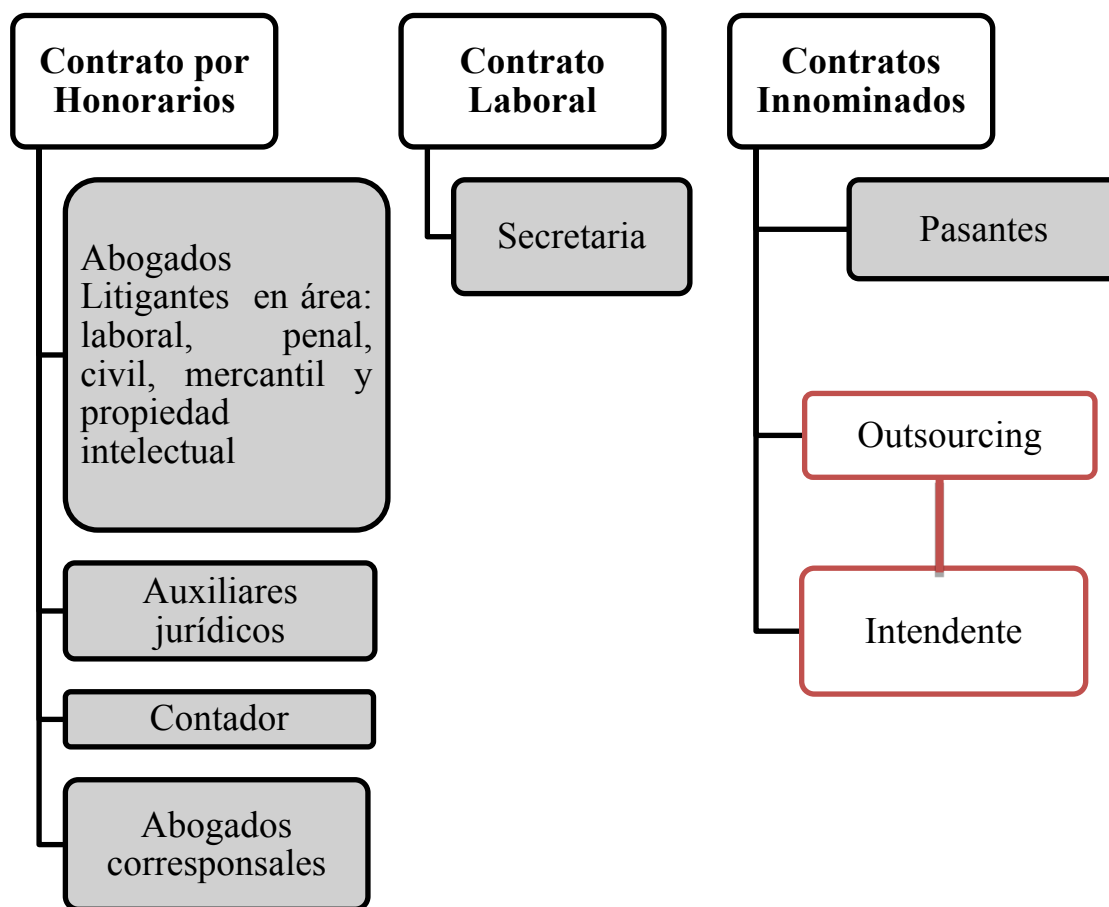
Para la fijación de salarios de los colaboradores se toma como referencia información de otras organizaciones respecto a los salarios de los puestos iguales o similares respecto a las funciones desempeñadas para poder determinar el salario de cada persona a cargo de las áreas de la consultoría.

El pago a los profesionistas a cargo de nuevas áreas de apertura se tomará como base la cantidad de asuntos litigados, tramites gestionados, representación y asesoría a clientes tomando como base la cantidad monetaria cobrada por servicios brindados, basando esto en el Código Civil para el Estado de Baja California (2015), donde se establece lo siguiente:

ARTICULO 2480.- Cuando no hubiere habido convenio, los honorarios se regularán atendiendo juntamente a la costumbre del lugar, a la importancia de los trabajos prestados, a la del asunto o caso en que se prestaren, a las facultades pecuniarias del que recibe el servicio y a la reputación profesional que tenga adquirida el que lo ha prestado. Si los servicios prestados estuvieren regulados por arancel, éste servirá de norma para fijar el importe de los honorarios reclamados (Congreso de la unión, 2015).

Tomando en consideración los diversos tipos de contratos que se utilizan en la consultoría tal y como se ilustra en la figura 9 de tipos de contratos para los colaboradores de la empresa es que se considerarán los sueldos propuestos para las vacantes.

Figura 9. Tipos de Contratos de los colaboradores de la empresa.



Fuente: Elaboración Propia.

4.6. Evaluación del desempeño.

Una de las principales aportaciones de la evaluación del desempeño es la de aumentar el conocimiento de la organización sobre cómo se está realizando el trabajo (...). Por su parte los trabajadores obtendrán información útil que les permite tener una mayor claridad sobre sus funciones y tareas, tomar conciencia sobre como realizan su trabajo y mejorar sus prácticas laborales (Díaz et al., 2014).

Cabe destacar que la evaluación continua del desempeño de los colaboradores de la organización tiene gran relevancia para la presente consultoría como para los trabajadores de la misma, ya que ayudará a desarrollar los fines comunes de estos, siendo que recaerá en el personal de recursos humanos la realización de dicha evaluación donde se buscará la evaluación de las siguientes circunstancias:

- Desempeño en el puesto actual.
- Grado de satisfacción laboral.
- Nivel de motivación laboral.
- Mejora de la eficiencia y eficacia.
- Relaciones con otros empleados.
- Necesidades laborales.

Con la anterior evaluación de circunstancias la organización podrá medir el potencial de sus colaboradores para el desarrollo de sus habilidades, con el ánimo de otorgar pertenencia en su trabajo, mayores estímulos de desarrollo personal y laboral, para dirigir a un solo ente los objetivos mutuos entre organización y colaborador.

Capítulo V

Finanzas

5.1 Sistema contable de la empresa.

La información contable según Sinisterra (2005) debe servir fundamentalmente para:
Conocer y demostrar los recursos controlados por un ente económico, las obligaciones que tenga de transferir recursos a otros entes, los cambios que hubieren experimentado tales recursos y el resultado obtenido en el periodo.

- Predecir flujos de efectivo.
- Apoyar a los administradores en la planeación, organización y dirección de los negocios.
- Tomar decisiones en materia de inversiones y crédito.
- Evaluar la gestión de los administradores del ente económico.
- Ejercer control sobre las operaciones del ente económico.
- Fundamentar la determinación de cargas tributarias, precios y tarifas.
- Ayudar a la conformación de la información estadística nacional.
- Contribuir a la evaluación del beneficio o impacto social que la actividad económica representa para la comunidad.

La empresa CCB Consultoría jurídica, manejará una contabilidad de costos, donde según Sinisterra (2005), debe existir un sistema que permita medir costo/ beneficio para la toma de decisiones.

5.2 Flujo de efectivo

Con base en el estudio de mercado realizado en el presente plan de negocios se logró estimar una proyección de los servicios brindados en los cinco años próximos contados a partir de la apertura del área de propiedad intelectual. Los resultados obtenidos se muestran por estimación de servicio brindado (unidad) y valor monetario del mismo de forma trimestral y anual en las siguientes tablas:

Tabla 23. Proyección de ventas por servicio.

CCB CONSULTORÍA CORPORATIVA					
PRONOSTICO DE VENTAS					
PROYECTO DE UNIDADES POR SERVICIO					
VENTAS ESTIMADAS (UNIDADES) TRIMESTRAL					
REGISTRO DE MARCAS Y SLOGANS 96					
PATENTES 3					
NOTA 1.- SE CONSIDERA UN INCREMENTO EN EL MERCADO DEL 8.5% ANUAL PARA MARCAS Y SLOGANS, Y DEL 2.6% EN PATENTES.					
NOTA 2.- DATOS TOMADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO Y EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO DEL IMPI					
CCB CONSULTORÍA CORPORATIVA					
PRONOSTICO DE VENTAS					
DETERMINACIÓN DE UNIDADES ESTIMADOS TRIMESTRALES VENDIDAS DEL PERIODO DEL PROYECTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
Ventas de contado MARCAS Y SLOGANS	384	452	488	532	576
Ventas de contado PATENTES	12	12	12	12	14
Ventas a Crédito (PLAZO)	0	0	0	0	0
TOTAL	396	464	500	544	590

Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de mercado e investigación financiera del proyecto.

Tabla 24. Proyección de ventas por servicio.

CCB CONSULTORÍA CORPORATIVA					
PRONOSTICO DE VENTAS					
DETERMINACIÓN DE PRECIOS UNITARIOS DE SERVICIOS DE REGISTRO					
PESOS MEXICANOS					
MARCAS Y SLOGANS					
PATENTES					
NOTA 1.- LOS PRECIOS SE ESTIMAN TOMANDO COMO BASE LOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA Y DE IMPI.					
NOTA 2.- LOS PRECIOS SE COBRAN EN DOS TIEMPOS, 50% ANTICIPO Y 50% AL LIQUIDAR LA OPERACIÓN.					
CCB CONSULTORÍA CORPORATIVA					
PRONOSTICO DE VENTAS					
DETERMINACIÓN DE INGRESOS DE SERVICIOS DE REGISTRO POR EL PERIODO DEL PROYECTO					
PESOS MEXICANOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS CONTADO (MARCAS Y SLOGANS)	\$ 2,400,000	\$ 2,825,000	\$ 3,050,000	\$ 3,325,000	\$ 3,600,000
VENTAS CONTADO (PATENTES)	\$ 408,000	\$ 408,000	\$ 408,000	\$ 408,000	\$ 476,000
TOTAL	\$ 2,808,000	\$ 3,233,000	\$ 3,458,000	\$ 3,733,000	\$ 4,076,000

Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de mercado e investigación financiera del proyecto.

Tabla 25. Estado de flujo de efectivo proyectado

CCB CONSULTORÍA CORPORATIVA					
CONSULTORÍA JURÍDICA					
TABLA DE INGRESOS PROYECTADOS (TRIMESTRALES Y ANUAL)					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
ANTICIPOS RECIBIDOS	\$2,808,000	\$3,233,000	\$3,458,000	\$3,733,000	\$4,076,000
LIQUIDACIÓN DE SERVICIOS	\$702,000	\$1,510,250	\$1,672,750	\$1,797,750	\$1,935,250
Total Ingreso	\$3,510,000	\$4,743,250	\$5,130,750	\$5,530,750	\$6,011,250
Ingreso en Efectivo:					
Ventas contado	\$2,808,000	\$3,233,000	\$3,458,000	\$3,733,000	\$4,076,000
Cobranza de Liquidación de servicios	\$702,000	\$1,510,250	\$1,672,750	\$1,797,750	\$1,935,250
Total Ingreso en Efectivo	\$3,510,000	\$4,743,250	\$5,130,750	\$5,530,750	\$6,011,250

Fuente: Elaboración propia a partir de investigación financiera.

5.3 Estados financieros proyectados

Según Toro (2014) señala que la información, analizada y comparada en su conjunto, permitirá la toma de decisiones sobre la empresa en lo pertinente a su situación financiera, ya se ha dado por lo sucedido en el pasado, en el presente o en las proyecciones futuras.

En las siguientes tablas se observan las proyecciones financieras del proyecto, estimados con base a los cálculos y resultados obtenidos en el presente estudio para la toma de decisiones de la organización:

Tabla 26. Balance General al inicio de operaciones

	2018			2019	2020	2021	2022	2023
Inversión inicial	-21097.2		Ingresos	3346200	4521898.33	4891315	5272648.33	5730725
			Egresos	1379155.88	1569406.28	1670127.08	1793230.28	1943297.96
			Utilidad	1967044.12	2952492.05	3221187.92	3479418.05	3787427.04
		-21097.2	1967044.12	2952492.05	3221187.92	3479418.05	3787427.04	
	TIR	9373%						

Fuente: Elaboración propia a partir de investigación financiera.

5.4 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras

Para el presente análisis financiero, se utilizaron los siguientes supuestos:

5.4.1 Sistema de financiamiento

El monto necesario para iniciar labores en la empresa es de \$21,097.20 pesos, desglosado de la manera siguiente:

Tabla 27. Gastos para equipamiento y herramientas.

CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL TOTAL (FIJA Y DIFERIDA)							
NOTA: Precios al año 2018.							
DESCRIPCIÓN	COSTO DE ADQUISICIÓN	COSTO DE INSTALAC.	IMPORTE TOTAL	FECHA PROG ADQUISIC.	IMPORTE SIN IVA	IVA	IMPORTE CONTADO
ESCRITORIO	3,199.20	0	3,199.20	AÑO 1	2,757.93	441.27	3,199.20
SILLA EJECUTIVA	1,699	0	1,699	AÑO 1	1,464.66	234.34	1,699.00
SILLAS	900	0	900	AÑO 1	775.862069	124.14	900.00
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	10,000	0	10,000	AÑO 1	8620.689655	1,379.31	10,000.00
ARCHIVERO	5,299	0	5,299	AÑO 1	4,568.10	730.90	5,299.00
TOTAL	21,097.20	0.00	21,097.20		18,187.24	2,909.96	21,097.20

Fuente: Elaboración propia a partir de proyección financiera.

Tabla 28. Proyección de gasto mensual.

CCB CONSULTORÍA CORPORATIVA					
DETERMINACIÓN DE COSTOS TOTALES ESTIMADOS DE PRODUCCIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NÚMERO ESTIMADO DE SERVICIOS	384	452	488	532	576
MARCAS Y SLOGANS	12	12	12	12	14
PATENTES					
I. SERVICIOS					
COSTO ANTE IMPI POR SERVICIO					
MARCAS Y SLOGANS	\$2,797.80	\$2,797.80	\$2,797.80	\$2,797.80	\$2,797.80
PATENTES	\$13,482.24	\$13,482.24	\$13,482.24	\$13,482.24	\$13,482.24
TOTAL	\$16,280.04	\$16,280.04	\$16,280.04	\$16,280.04	\$16,280.04
COSTO ANUAL MARCAS Y SLOGANS	\$1,074,355.20	\$1,264,605.60	\$1,365,326.40	\$1,488,429.60	\$1,611,532.80
COSTO ANUAL PATENTES	\$161,786.88	\$161,786.88	\$161,786.88	\$161,786.88	\$188,751.36
TOTAL	\$1,236,142.08	\$1,426,392.48	\$1,527,113.28	\$1,650,216.48	\$1,800,284.16
II- SERVICIOS INDEPENDIENTES					
HONORARIOS MENSUALES	\$7,200	\$7,200	\$7,200	\$7,200	\$7,200
HONORARIOS ANUALES	\$86,400	\$86,400	\$86,400	\$86,400	\$86,400
IMPUESTOS SOBRE SUELDOS Y SALARIOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
PRESTACION DE SERVICIOS INDEPENDIENTES					
III OTROS GASTOS (INDIRECTOS)					
	Costo con IVA				
RENTA	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800
COPIADORA	100	100	100	100	100
INTERNET	100	100	100	100	100
LIMPIEZA	100	100	100	100	100
LUZ	34.8	34.8	34.8	34.8	34.8
AGUA	46.4	46.4	46.4	46.4	46.4
HOJAS	15	15	15	15	15
PAQUETERIA	150	150	150	150	150
GASOLINA	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
TOTAL	4,546	4,546	4,546	4,546	4,546
IV DETERMINACIÓN DE IVA					
SERVICIOS	\$170,502.36	\$196,743.79	\$210,636.31	\$227,616.07	\$248,315.06
SERVICIOS INDEPENDIENTES	\$11,917.24	\$11,917.24	\$11,917.24	\$11,917.24	\$11,917.24
OTROS GASTOS	627	627	627	627	627

Fuente: Elaboración propia a partir de proyección financiera.

5.4.2 Punto de equilibrio

Según Baca (2014), el análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios (...) siendo el punto de equilibrio un nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables.

El punto de equilibrio puede calcularse en valor o en volumen, como la empresa pretende vender productos de distintos precios el punto de equilibrio (P.E.) se calculó en valor con la siguiente fórmula:

Imagen 4. Formula de determinación de punto de equilibrio en valor.

$$PE = \frac{\text{GASTOS FIJOS TOTALES}}{1 - \left(\frac{\text{COSTOS VARIABLES TOTALES}}{\text{VENTAS TOTALES}} \right)}$$

Con base en la investigación financiera, se concluye que se acepta otorgar una aportación de inversión para el presente proyecto toda vez que presenta una TIR de 9373%, arriba de la tasa estimada, así mismo al ser una organización funcional actualmente y ya que cuenta con la infraestructura necesaria para la implementación del proyecto, se utiliza un margen de utilidad alto, ya que no se requiere de una inversión alta, por lo que los indicadores de rentabilidad son altos, considerándose como una empresa factible financieramente.

Capítulo VI

Riesgos críticos

Los riesgos críticos de un plan de negocios, deben ser estudiados y reconocidos para poder implementar estrategias que ayuden a mitigar las contingencias del proyecto, ya que para una buena gestión y administración es de suma importancia determinar los riesgos y prever posibles pedidas a futuro.

Según García (2017), quien señala que, la prevención y mitigación en Gestión de Riesgos de origen natural trata de reducir los riesgos y, en el caso de que algún fenómeno se traduzca en desastre, no perjudique con toda la intensidad que podría hacerlo. De modo que, para el presente proyecto se consideraron como riesgos todo aquello que pueda ocasionar cambios en el mercado en que se opera actualmente y la segmentación de mercado que se pretende penetrar.

Por consiguiente, al realizar un análisis de los posibles riesgos que la consultoría podría tener en la ejecución de incorporación del área de Propiedad Industrial e Intelectual, se consideró la importancia de la integración de actividades de gestión de riesgos de Bolaño, Robaina, Pérez & Arias (2014) quienes señalan que dicha integración es importante para: tomar mejores decisiones en el control de la organización, la reformulación de objetivos y metas, el rediseño de procesos, y las mejores acciones para enfrentar los riesgos de forma integrada en la organización y en la gestión de las cadenas de suministro.

Por su parte Gerdau (s.f), señala que, los riesgos que podría sufrir una empresa pueden dividirse en dos tipos:

1.- Riesgos de negocios, que son asociados a la estrategia de la compañía (ambiente político y social, mercado, competidores, fusiones, adquisiciones y disponibilidad de

materias primas), a sus finanzas (ambiente económico, generación de caja, endeudamiento, aplicación y captación de recursos financieros, mercado de capitales y variación cambiaria), cumplanse (cumplimiento de leyes y reglamentos), a la imagen y reputación, así como a la operación (tecnología, cultura empresarial, capacitación etc.).

2.- Riesgos operativos, siendo aquellos que resultan de la inadecuación o falla de los procesos internos, personal, tecnología, marketing, ventas, logística, salud, medio ambiente entre otros y puedan dificultar o impedir el cumplimiento de la operación.

Se requiere mayor análisis del autor porque solo se plasman extractos de la literatura sin mencionar algo al respecto.

Así mismo León (2007) cita a Kaplan (s.f.) señalando que según el contexto en que se estudie el riesgo nos permitirá definir tres componentes fundamentales:

1. ¿Qué se considera como un evento no deseado?
2. ¿Qué probabilidad existe de que éste ocurra?
3. ¿Qué consecuencias o impactos causará si éste ocurre?

Dando respuesta a los componentes mencionados, se considera como evento no deseado, todo aquello que influya de manera negativa a la organización, ya que, el objetivo principal es determinar la rentabilidad del proyecto, siendo que la generación de eventos no deseados y su impacto en la consultoría se definen a través de la existencia e impacto que estos tengan en la organización.

Con base a lo señalado por Gerdau y León, se identificaron y evalúan los riesgos del proyecto de acuerdo con la probabilidad de ocurrencia, siendo analizados de la siguiente manera (Tabla 29).

Tabla 29. Riesgos del negocio y operativos.

Riesgos	Información a analizada
Riesgos del negocio	-General
Riesgos políticos	-Políticas gubernamentales -Reformas
Riesgos financieros	-Afectación del mercado por acontecimientos políticos, económicos y sociales.
Riesgos de estrategia	-Mercado y competidores
Riesgos de compliance	-Fallas operativas
Riesgos de recursos humanos	-Preparación de personal

Fuente: elaboración propia a partir de análisis de política de riesgos de Gerdau (s.f).

En cuanto hace a los riesgos del negocio y políticos, cabe señalar que los mismos se advierten a raíz de los cambios políticos actuales en México, ya que el cambio de gobierno en el año 2018, donde toma posesión como presidente de México, el Lic. Andrés Manuel López Obrador, acarrea cambios significativos en las políticas públicas, como reformas legales que podrían poner en riesgo la rentabilidad de la organización.

Por otra parte, Baca (2014), señala que el grave problema de los países latinoamericanos con altos índices de inflación como Bolivia, Brasil, Argentina y México, es que los estudios de factibilidad en proyectos de inversión se hacen tomando como base las declaraciones y pronósticos de sus respectivos gobiernos sobre las futuras situaciones económicas de sus países; pronósticos que normalmente no se cumplen, ni en sentido opuesto al pronosticado. Por lo que podemos concluir en este punto que, es relevante considerar los cambios político electorales para la ejecución del presente proyecto, sin embargo, estos deben considerarse menores a los riesgos propios de la empresa, ya que, si bien los cambios de gobierno podrían influir en la toma de decisiones de la organización, es incierto que estos se cumplan tal cual se vienen pronosticando.

En cuanto hace a los riesgos sociales y políticos podemos señalar que según el estudio de mercado desarrollado en el presente proyecto se puede concluir que en nuestro Estado existe un gran desconocimiento de los ciudadanos sobre el cuidado de su Propiedad

Industrial e Intelectual. Así mismo y en entrevista con Miguel Ángel Margáin, Director general del IMPI, este señala que, a nivel Nacional, nuestro país carece de una cultura de Propiedad Intelectual, por lo que la siguiente Administración Federal tendrá el reto de continuar con el momento de registro de patentes y marcas en México y en el Mundo (El Reforma, 2018).

Por un lado los cambios políticos y culturales traen consigo controversia e incertidumbre en cuanto a la inversión a la ciencia y tecnología en nuestro país, según el periódico el Financiero (2018), en octubre del presente año se suscitó una polémica a raíz de una carta enviada a las autoridades del CONACYT en la cual se le solicitaba suspender las convocatorias abiertas que comprometieran los recursos presupuestales del año 2019, Álvarez Buylla Roces futura Directora del CONACYT aclaró que sólo se realiza una revisión “cuidadosa” con el fin de “optimizar” recursos. Lo anterior deja en incertidumbre y riesgo la inversión que se encontraba destinada a ciencia y tecnología, lo que convierte a los cambios políticos actuales en una amenaza real para el área de propiedad intelectual, tal como lo es el cambio de gobierno que vive nuestro país en el año 2018.

Retomando lo señalado por Baca (2014), se puede considerar que es imposible trabajar solo con pronósticos del gobierno, ya que, la realidad dista mucho de lo pronosticado por lo que es importante considerar otros factores de riesgo para nuestro proyecto, como la legislación actual y futura, así como la entrada o permanencia de competidores fuertes que podrían desestabilizar nuestra inversión.

A nivel cultural falta avanzar respecto a la legislación de propiedad intelectual, según el Instituto Mexicano para la competitividad “IMCO” (2018), considera que la competitividad de un país es su capacidad de atraer y retener el talento, motivo por el cual resalta la importancia del riesgo de falta de inversión a la ciencia y tecnología, así como a debilidad del sistema de derecho mexicano para la protección de derechos de propiedad, ya que el 48% de los empresarios considera que la corrupción es uno de los principales obstáculos para el crecimiento de la Propiedad Intelectual, ya que esta juega un rol fundamental en el proceso de desarrollo de cualquier producto, ya que sin esta, no se

podrían hacer las inversiones en investigación y desarrollo reduciendo el coeficiente de inversión de los países.

En cuanto a los riesgos del mercado, compliance y de recursos humanos encontramos la entrada inesperada de nuevos competidores, así como no cubrir las expectativas del sector de mercado al que se encuentra dirigido el proyecto, trayendo como consecuencia en una baja solicitud del servicio, así como pérdida de la inversión.

Visto lo anterior, y considerando los riesgos a los que se encuentra expuesto el proyecto, se realizó una evolución del impacto y probabilidad de concurrencia de los mismos considerando lo señalado por Moreno (2015), ya que, una vez identificados los riesgos críticos, los mismos se documentan en una matriz, clasificándolos por tipo de acuerdo a lo siguiente:

- 1.- Estratégico: Riesgo relacionado con los objetivos estratégicos, alineados con la misión de la organización.
- 2.- Financieros: Riesgo relacionado con el uso eficaz y eficiente de los recursos financieros.
- 3.- Operacional: Riesgo resultante de deficiencias o fallas en procesos, personas, sistemas o eventos externos.
- 4.- Cumplimiento: Riesgo relacionado con el cumplimiento de leyes y regulaciones, especialmente concierne al cumplimiento de aquellas leyes y normas a las cuales la organización está sujeta.

Una vez identificados los mismos se evalúan según su impacto y probabilidad, conforme se muestra en las imágenes 5 y 6.

Imagen 5. Nivel de impacto de riesgo.

Impacto

Nivel de Impacto	Descripción de la Consecuencia	Escala de Evaluación
Significativo	El evento tendrá un efecto catastrófico. (Pérdidas financieras, pérdida de imagen, entre otros, que considera un alto impacto para la Compañía).	5
Alto	El evento tendrá efectos considerables para la Compañía. (Pérdidas altas, con un impacto importante a nivel de la organización y relevante a nivel de la unidad).	4
Moderado	El evento tendrá efectos de menor envergadura que pueden ser asumidos sin mayores problemas por las unidades (Pérdidas de bajo impacto).	3
Bajo	El evento tendrá efectos de menor envergadura que pueden ser asumidos sin mayores problemas por las áreas (Pérdidas de imagen, financieras y/u operacionales de bajo impacto).	2
Limitado	El evento tendrá efectos poco significativos.	1

Fuente: Procedimiento de Gestión de riesgos (2015).

Imagen 6. Probabilidad de riesgo.

Probabilidad

Nivel de Probabilidad	Descripción de la Probabilidad de Ocurrencia	Escala de Evaluación
Esperado	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es muy alta, es decir, un alto grado de seguridad que éste se presente (91% a 100%).	5
Muy Probable	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es alta, es decir, entre 61% y 90% de seguridad que éste se presente.	4
Probable	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es media, es decir, entre 31% a 60% de seguridad que éste se presente.	3
No Probable	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es baja, es decir, entre 10% a 30% de seguridad que éste se presente.	2
Leve	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es muy baja, es decir, entre 1% y 9% de seguridad que éste se presente.	1

Fuente: Procedimiento de Gestión de riesgos (2015).

A continuación, se muestra la matriz de riesgos críticos de la consultoría (Tabla 29), creada a partir de la información recopilada en el presente capítulo, donde se observa la probabilidad de ocurrencia y el nivel de impacto de los riesgos aplicados al presente proyecto.

Dentro de dicha matriz se observa el tipo de riesgo que podría suscitarse según diversas variables, así mismo las causas que podrían originarlo, seguido del nivel de impacto que estos tendrían dentro de la consultoría como la probabilidad de ocurrencia de los mismos. En resumen, se observan a los cambios Político y Financiero como los riesgos más altos, considerando que nuestro país se encuentra actualmente en transición de gobierno y por consiguiente podrían llegar a afectar el proyecto.

Tabla 29. Matriz de riesgos críticos área de propiedad Intelectual.

Tipo de Riesgo	Causa	Nivel de impacto	Probabilidad
Generales del negocio	-Mala gestión del proyecto	(5) Significativo	(1) Leve
Políticos	-Políticas gubernamentales -Cambio de gobierno -Reformas legislativas	(4) Alto	(4) Muy probable
Financieros	-Afectación del mercado por acontecimientos políticos, económicos y sociales.	(4) Alto	(4) Muy probable
Estrategia	-Cambios del mercado -Nuevos competidores	(1) Limitado	(1) Leve
Compliance	-Fallas operativas	(1) Limitado	(1) Leve
Recursos humanos	-Preparación del personal	(5) Significativo	(2) No probable

Fuente: Elaboración propia a partir de análisis de Procedimiento de Gestión de riesgos (2015).

Para poder reducir los riesgos del proyecto se realizó una evaluación para la mitigación de riesgos y estrategias de contingencia de la consultoría.

Por lo que se refiere a la mitigación de riesgos, según la Real Academia de la Lengua Española (2018), la palabra mitigar tiene como significado; Moderar, aplacar, disminuir o suavizar algo riguroso o áspero. Es decir, la mitigación de riesgos hace

referencia directa a la disminución de estos, implementando estrategias de contingencia para evitarlos o minimizarlos.

Las estrategias sugeridas a continuación (Tabla 30), para la mitigación de riesgos del proyecto se recomendaron tomando en consideración que toda inversión lleva consigo un riesgo implícito, sin embargo, la investigación de mercado y financiera del presente plan de negocios nos aporta información relevante para la disminución de estos.

Tabla 30. Estrategias de contingencia para la mitigación de riesgos del proyecto.	
Riesgo	Estrategia de contingencia
-Riesgos del Negocio	-Modificación del servicio ofertado. -Gestión del proyecto.
-Riesgos políticos	-Modificación del segmento de mercado potencial. -Implementar programas de información del servicio.
-Riesgos Financieros	-No utilización de recursos por adelantado.
-Riesgos de estrategia	-Plan de marketing. -Fortalecer las diversas áreas de la consultoría.
-Riesgos de compliance	-Alianzas estratégicas -Análisis de la competencia
-Riesgos de Recursos humanos.	
Fuente: Elaboración propia.	

Con la información recopilada a lo largo de la investigación y evaluación del proyecto, se pretende amortizar los posibles riesgos que podrían surgir en su desarrollo. Por lo que, tal y como se describe en la tabla que antecede se recomienda hacer modificaciones, gestiones y evaluaciones continuas del proyecto, aun cuando este se encuentre en marcha ya que los cambios políticos, sociales y financieros pueden variar drásticamente en la ejecución del plan sugerido inicialmente, toda vez que se busca prevenir la quiebra de la inversión hecha. Lo anterior con el objetivo de fortalecer y posicionar la marca de la consultoría, tomando en consideración las estrategias de contingencia que se observan.

CAPITULO VII.

ASPECTOS LEGALES DE IMPLEMENTACIÓN Y OPERACIÓN

Todo proyecto debe considerar los aspectos legales que implica la operación del mismo, ya que, las consecuencias jurídicas negativas podrían llevar a nuestra organización a una desestabilidad financiera e incluso llevar al fracaso el proyecto, por lo que, en el presente capítulo se describe el procedimiento para la ejecución legal de operación en la implementación de un área legal en una consultoría jurídica que actualmente se encuentra en funciones.

Considerando que actualmente CCB consultoría corporativa se encuentra en funciones, a continuación, se describe los trámites y gestiones conducentes para que la misma siga en operación, así como los nuevos requisitos para la ejecución del presenta proyecto.

7.1 Definición del régimen de constitución de empresa.

Actualmente la consultoría se encuentra registrada bajo el régimen de personas físicas con actividades empresariales y profesionales, dada la naturaleza del servicio que se brinda, así mismo dicho régimen permite tener trabajadores a su cargo bajo el Régimen de Sueldos y Salarios e Ingresos Asimilados a Salarios, bajo Actividades económicas de Bufetes jurídicos.

7.2 Trámites de apertura.

Los trámites necesarios para prestar servicios jurídicos profesionales como persona física fue el siguiente:

- 1.- Alta ante el Servicio de Administración tributaria SAT (Ver punto 7.3).

Contar con un alta ante el SAT es necesario para todo profesionista que pretenda ser contratado, pero sobre todo si la intención es brindar servicios al sector empresarial. Según el SAT (2017), el problema más grande que puedes enfrentar para poder crecer profesionalmente, es que no cuentes con contratos, recibos o comprobantes de pago, ya que al estar trabajando de manera formal puedes:

- Deducir facturas y comprobantes fiscales que podrás solicitar.
- Recuperar montos por devolución de impuestos.
- Acreditar los bienes para tu negocio.
- Tendrás mayor presencia con clientes potenciales.

Con la finalidad de poder incorporar un área nueva a la consultoría y esta pueda operar conforme a los lineamientos legales, se consideró necesario realizar los trámites a seguir serán los que a continuación se detallan:

- 1.- Alta patronal ante el Instituto Mexicano del Seguro Social IMSS (Ver punto 7.4)
- 2.- Registro de Marca, nombre comercial, logotipo y slogan ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (Ver Anexo 4.0).

7.3 Tramites fiscales.

Actualmente los colaboradores que cuentan con la licenciatura en Derecho, están titulados y con cedula profesional en la consultoría se encuentran dados de alta ante el SAT como persona física con actividades empresariales y profesionales, ya que es necesario para la ejecución de las actividades de la organización. Por lo que, los miembros que se incorporen al proyecto, deberán cumplir con dicho requisito, para la ejecución de sus actividades dentro de la consultoría, mismos que deberán de realizar el trámite correspondiente de alta ante SAT, los cuales se basan en los siguientes requisitos:

Oficina SAT y entidad federativa:

Contar con CURP.

Comprobante de domicilio fiscal (original).

Identificación oficial.

USB para depósito de E. Fiel (FIEL), antes firma electrónica.

Según el portal electrónico del SAT (2017), señala los requisitos para darse de alta sin necesidad de acudir antes las oficinas, por lo que los nuevos miembros del proyecto podrán elegir hacerlo de manera presencial o mediante el portal, siendo que, mediante el portal, deberán seguir los siguientes requisitos pasos:

Requisitos en el portal de SAT:

No requieres presentar documentación.

Pasos para realizar el trámite por el Portal:

1. Ingresa a la sección Trámites y de la barra superior elige la opción RFC.
2. Del apartado preinscripción, selecciona la opción personas físicas.
3. Llena los datos solicitados por el formulario electrónico: inscripción al RFC.
4. Envía tú trámite al SAT e imprime la hoja previa con el número de folio asignado.
5. Acude con la documentación del trámite a la oficina del SAT de tu preferencia.
6. Entrega la documentación a la autoridad fiscal que atenderá tu trámite.
7. Recibe solicitud y acuse de inscripción al RFC, así como los productos derivados del trámite.

Una vez realizado dicho trámite la persona física se obliga fiscalmente tal y como se muestra en la tabla 7.1 de obligaciones fiscales, los miembros titulares y abogados litigantes auxiliares de la organización se encuentra obligada fiscalmente a realizar de forma mensual y anual las declaraciones informativas que se detallan, ya que el Código Fiscal de la federación (2017), nos señala en su Capítulo primero artículo 1 lo siguiente:

Artículo 1o.- Las personas físicas y las morales, están obligadas a contribuir para los gastos públicos conforme a las leyes fiscales respectivas. Las disposiciones de este Código se aplicarán en su defecto y sin perjuicio de lo dispuesto por los tratados internacionales de los que México sea parte. Solo mediante ley podrá destinarse una contribución a un gasto público específico (Congreso de la unión, 2017).

Imagen 9. de Obligaciones fiscales de acuerdo con las actividades que se realizan.

RÉGIMEN OBLIGACIONES	ASALARIADOS	HONORARIOS (SERVICIOS PROFESIONALES)	ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES	ACTIVIDADES EMPRESARIALES	INCORPORACIÓN FISCAL
DEFINICIÓN	✓	✓	✓	✓	✓
INSCRIPCIÓN	✓	✓	✓	✓	✓
MANTENER ACTUALIZADA LA INFORMACIÓN EN EL RFC	✓	✓	✓	✓	✓
FACTURACIÓN ELECTRÓNICA	—	✓	✓	✓	✓
CONTABILIDAD	—	✓	—	✓	✓
DECLARACIONES	ANUAL	MENSUALES; ANUAL; INFORMATIVAS Y DIM	MENSUALES; ANUAL; E INFORMATIVAS	MENSUALES; ANUAL; E INFORMATIVAS Y DIM	BIMESTRALES
OTRAS OBLIGACIONES	✓	✓	✓	✓	✓

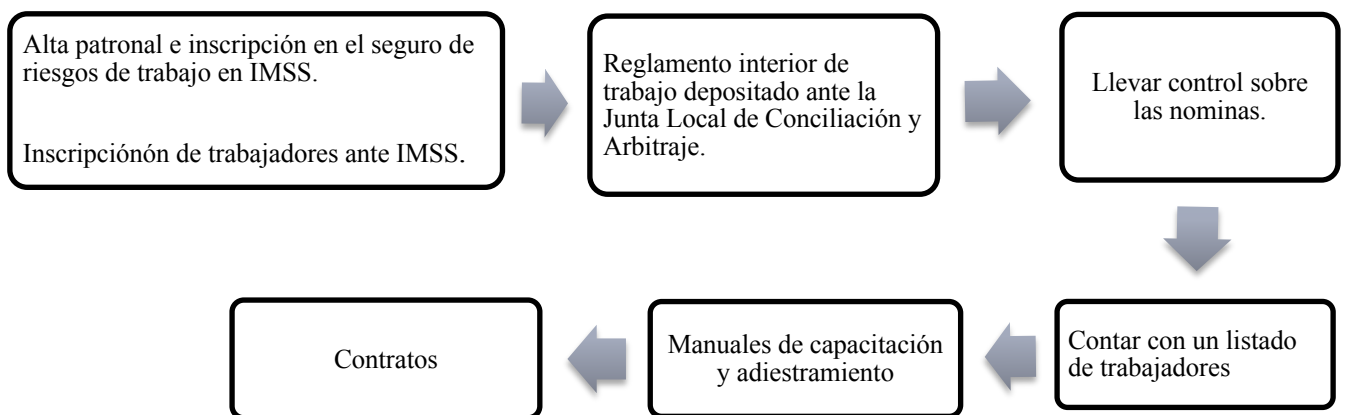
Fuente: Servicio de Administración Tributaria (2017).

Tal y como se muestra en la tabla de obligaciones fiscales, los servicios profesionales se encuentran obligados a la inscripción, actualización de información, facturación electrónica, a llevar una contabilidad y realizar declaraciones anuales e informativas, por lo que actualmente la consultoría cumple con dichos requisitos, mismos que deberán de cumplir aquellos que se integren al presente proyecto.

7.4 Trámites laborales.

Teniendo en cuenta que actualmente la consultoría no cuenta con un registro patronal, ya que, sus colaboradores se encuentran única y exclusivamente en el régimen de honorarios, es que, se determinó a través de la presente investigación, la incorporación de trabajadores tanto eventuales como fijos, por lo que, es necesario realizar un alta patronal de la organización ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). Para dar seguimiento a los tramites laborales se deben seguir los pasos marcados en la figura que a continuación se presenta:

Figura 10. Trámites laborales.



Fuente: Elaboración propia a partir de información del IMSS (2017).

Respecto a los trámites laborales ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (Ver Anexo 3.0) para dar de alta a los trabajadores que se encuentren por contrato individual de trabajo se realizan los trámites son los siguientes:

Tramite de alta patronal e inscripción en el seguro de riesgos de trabajo, o reanudación de actividades para personas físicas en portal de IMSS en línea con FIEL

1. Comprobante de domicilio del centro de trabajo.

Tramite de forma Presencial

1. Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del domicilio fiscal y/o Aviso de apertura de establecimiento. Copia.
2. Comprobante del domicilio del centro de trabajo. Original y copia.
3. Croquis de localización del domicilio del centro de trabajo. Original.
4. Identificación oficial vigente del patrón. Original y copia.
5. Clave Única de Registro de Población (CURP). Copia.
6. En caso de contar con representante legal, Poder Notarial para actos de dominio, de administración o poder especial en donde se especifique que puede realizar toda clase de trámites y firmar documentos ante el IMSS. Original y copia.
7. Identificación oficial vigente del representante legal. Original y copia.
8. Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del representante legal. Copia.
9. Clave Única de Registro de Población (CURP) del representante legal. Copia.
10. Solo en caso de reanudación de actividades; Aviso de Modificación de las empresas para el Seguro de Riesgos de Trabajo. Original y 2 copias.
11. Solo en caso de inscribir trabajadores, deberá presentar el formato Aviso de Inscripción del trabajador. Original y 2 copias.
- 12.

Una vez cumplido con los requisitos anteriores se llena el formato con homo-clave AFIL-02 (Ver Anexo 5.0) con el cual se dará de alta a los trabajadores bajo contrato individual de trabajo, siendo el caso que, para el presente proyecto y tal como se detalló en capítulos anteriores (Figura 4.4), la consultoría contara con un contrato individual de trabajo únicamente para el puesto de secretaria, ya que por intereses legales y pago de derechos es lo conveniente para el proyecto.

Para dar cumplimiento a los lineamientos legales necesarios para contar con trabajadores a cargo de la consultoría es necesaria la elaboración del reglamento, el cual tendrá la función de aclarar los deberes y obligaciones tanto de la consultoría como patrón, así como a los colaboradores presentes y futuros.

Teniendo esto presente, el reglamento creado para el presente proyecto deberá de contener los siguientes puntos:

- Horario laboral de llegada y salida.
- Derechos y deberes de los colaboradores.
- Vacaciones, permisos y días de descanso.
- Horas extras y trabajo nocturno.
- Días de pago y demás factores relacionados con el salario.
- Seguridad y salud laboral.
- Obligaciones del patrón.
- Medidas disciplinarias.
- Uso de las herramientas de trabajo e instalaciones.
- El orden jerárquico de la organización.

Una vez cumplidos los puntos que se mencionan y de acuerdo al artículo 424 de la Ley Federal del Trabajo (2012), señala que, el reglamento interior de trabajo deberá ser depositado ante la Junta de Conciliación y Arbitraje para que surta efectos.

En cuanto hace a la situación laboral de los colaboradores de la organización cabe destacar que existen dos tipos de contratos para el desempeño de sus labores, el primero de ellos es el Contrato individual de trabajo (Ver Anexo 4.0) y el Contrato de Prestación de servicios profesionales o también conocido por Honorarios (Ver Anexo 5.0).

Existe una importante diferencia entre los contratos antes mencionados, la cual se basa en las condiciones de trabajo que han de tener y la responsabilidad recaída en el patrón, en este caso los abogados titulares de la consultoría, ya que si bien un trabajador se encuentra bajo una relación de subordinación para con sus superiores jerárquicos, la

prestación de servicios profesionales no cumple dicha condición, lo que hace que no exista obligación y derechos laborales para los contratados, sin embargo cabe destacar que dicho contrato no puede ser aplicado para todos los colaboradores, sino solo a aquellos que cuenten con una carrera profesional y tengan título correspondiente para ejercer dicha profesión cuyo ejercicio la Ley exija título, siendo que la Ley Federal del Trabajo (2012), y el Código Civil vigente para el Estado de Baja California (2017), nos marcan las diferencias de mencionados contratos señalando lo siguiente:

Relaciones individuales de trabajo

Artículo 20.- Se entiende por relación de trabajo, cualquiera que sea el acto que le dé origen, la prestación de un trabajo personal subordinado a una persona, mediante el pago de un salario.

Contrato individual de trabajo, cualquiera que sea su forma o denominación, es aquel por virtud del cual una persona se obliga a prestar a otra un trabajo personal subordinado, mediante el pago de un salario.

La prestación de un trabajo a que se refiere el párrafo primero y el contrato celebrado producen los mismos efectos (Congreso de la unión, 2015).

Del contrato de prestaciones de servicios.

Artículo 2479.- El que presta y el que recibe los servicios profesionales, pueden fijar, de común acuerdo, retribución debida por ellos (Congreso de la Unión, 2017).

Artículo 2480.- Cuando no hubiere habido convenio, los honorarios se regularán atendiendo juntamente a la costumbre del lugar, a la importancia de los trabajos prestados, a la del asunto o caso en que se prestaren, a las facultades pecuniarias del que recibe el servicio y a la reputación profesional que tenga adquirida el que lo ha prestado. Si los servicios prestados estuvieren regulados por arancel, este servirá de norma para fijar el importe de los honorarios reclamados (Congreso de la Unión, 2017).

En tal sentido, se concluyó que, dado a que la consultoría es de reciente creación, sumado a los cambios financieros que podrá sufrir con la incorporación de una nueva área jurídica a su cargo, es de suma importancia establecer los lineamientos legales para la ampliación del proyecto. Jurídicamente se determinó que el contrato por honorarios es el idóneo para la creación de relaciones profesionales con los colaboradores de la organización, de igual forma, el contrato de relación laboral deberá utilizarse al momento para un solo puesto, ya que, el uso de contratos innominados a través de una outsourcing es legal y financieramente conveniente a los intereses del presente plan, ya que la creación de más relaciones laborales trae como consecuencia un mayor pago de impuestos y obligaciones, de las cuales por el momento se pretende minimizar, hasta en tanto la organización tome la decisión de constituirse como una sociedad civil.

Anexos

Anexo 1.0 Formato de Instrumento de medición para estudio de mercado.

Cuestionario

Buen día, la siguiente encuesta pretende servir de apoyo para conocer las preferencias de los clientes para el proyecto de la implementación de un área especializada en Propiedad Intelectual en una Despacho Jurídico (abogados) en la ciudad de Ensenada, Baja California. La encuesta es anónima y la información obtenida será tratada de forma confidencial, por lo que de antemano agradecemos su participación.

Instrucciones: Señale la(s) respuesta(s) que mejor indique(n) cuál es su opinión con respecto a lo que se le pregunta:

1.- Edad _____

2.- Sexo a) Hombre b) Mujer

3.- Escolaridad () Primaria () Secundaria () Preparatoria () () Licenciatura () Posgrado () Otros

4.- Cargo que ostenta en la empresa

5.- Tache con una X seleccionando las opciones según la importancia, tomando el número 5 como el de mayor y el 1 el de menor importancia.

En un servicio profesional de un despacho jurídico (abogados) ¿Qué tan importante considera los siguientes puntos?

	1	2	3	4	5
Precio					
Experiencia					
Reputación					
Cercanía (ubicación)					
Gama de servicios					
Rapidez					

6.- Ordene del 1 al 5 las prioridades al elegir un servicio de un despacho jurídico (abogados), considerando el número 1 como el mayor y el 5 como el menos importante.

- () Precio
- () Experiencia
- () Comentarios de tercero/recomendaciones/publicidad
- () Servicios brindados
- () Ubicación

7.- ¿Cuenta la empresa con una marca y/o slogan? () Si () No () Desconozco

8.- Si la respuesta anterior es SI, señale ¿Tiene registradas su marca y/o slogan? () Si () No

9.- Si la respuesta anterior es No, señale ¿Le gustaría registrar su marca y/o slogan para el uso exclusivo de sus derechos?

☐ Si ☐ No ¿Por qué? _____

10.- ¿Cuenta la empresa con la creación de alguna innovación y/o invenciones?

☐ Si ☐ No ☐ Desconozco

11.- Si la respuesta anterior es Si, señale, ¿Tiene usted registradas sus innovaciones y/o invenciones para el uso exclusivo de sus derechos? ☐ Si ☐ No

12.- Si la respuesta anterior es No, señale ¿Le gustaría registrar sus innovaciones y/o invenciones?

☐ Si ☐ No ¿Por qué? _____

13.- Seleccione con una X el servicio que ha requerido/requiere/ o requerirá, y ¿Cuánto pagaría por ello?

Servicio	SI	NO	¿Cuánto pagaría por ello?
Registro de una marca			☐ de \$4,042.5 a \$5,042.5 ☐ de \$ 5,043.5 a \$6,728.0 ☐ de \$ 6,729.0 a \$7,728 Otro: \$
Registro de una patente			☐ de \$ 20,223.36 a \$ 25,223.36 ☐ de \$ 25,224.36 a \$ 29,142.00 ☐ de \$ 29,143.00 a \$31,320.00 Otro: \$
Registro de Slogan			☐ de \$2,394.00 a \$2850.00 ☐ de \$2,851.00 a \$3,306.00 ☐ de \$3,307.00 a \$3,762 Otro: \$
Derechos de Autor			☐ de 1,400100 a \$1,600.00 ☐ de 1,601.00 a \$1,800.00 ☐ de 1,801.00 a \$2,000.00 Otro:\$
Asesoría legal (Propiedad Intelectual)			☐ de \$300 a \$400 ☐ de \$400 a \$500 ☐ de \$500 a \$600 Otro:\$

14.- Respecto a los servicios de propiedad Industrial e Intelectual, seleccione con una X la opción a su elección.

¿Con qué frecuencia requiere de estos servicios?

Nunca	Poco	Algunas veces	Siempre	Desconozco la información

¿Qué nivel de expectativas tiene del servicio?

Ninguna	Bajo	Medio	Alto	Desconozco la información

¿Qué nivel de importancia tienen los servicios de propiedad industrial e intelectual para la empresa?

Ninguna	Bajo	Medio	Alto	Desconozco la información

15.- Marque con una X ¿Por qué medios obtiene información para contratar un Despacho jurídicos (abogados)? ☐ Internet ☐ Televisión ☐ Radio ☐ Recomendación de terceros ☐ Periódicos

(otros) especifique: _____

16.- Enliste los tres principales despachos jurídicos (abogados) especializados en propiedad industrial e intelectual en el Estado de Baja California que usted conozca o haya utilizado

- 1.- _____ ciudad _____
- 2.- _____ ciudad _____
- 3.- _____ ciudad _____
- 4.- No conozco ninguno ()

17.- De los despachos jurídicos (abogados) que menciona en la pregunta anterior, califique cada casilla tomando el número 5 como el nivel más alto y 1 como el más bajo.

Calificar	Servicio Brindado	Precio	Eficiencia	Ubicación	Promoción (publicidad)
Despacho 1					
Despacho 2					
Despacho 3					

18.- Marque con una X ¿Por qué motivo utiliza o a utilizado los servicios de los despachos jurídicos (abogados) que menciona?

- () Es el único que conoce
- () Es familiar, amigo o conocido
- () Por recomendaciones de terceros
- () Por la cercanía

Anexo 2.0 Solicitud de Registro de Signos distintivos ante el IMPI.

	
SOLICITUD DE REGISTRO O PUBLICACIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS (Antes de llenar el formato, sírvase leer las consideraciones generales al reverso).	
Por la presente se solicita: (Marque sólo una opción) ☐ Registro de Marca ☐ Registro de Marca Colectiva ☐ Registro de Aviso Comercial ☐ Publicación de Nombre Comercial	Uso exclusivo Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía. Uso exclusivo IMPI, Oficinas Regionales del IMPI Etiqueta Preceptiva. Sello, Fecha y hora de presentación, No. de folio de entrada.
I. DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE (S)	
(01) Nombre (s): (02) Nacionalidad (es): (03) Domicilio del primer solicitante (calle, número y colonia): Población y Estado: País: (04) Código postal: Teléfono (diez):* Correo-e:*	
II. DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR NOTIFICACIONES	
(05) Calle, número y colonia: Población y Estado: País: (06) Código postal: Teléfono (diez):* Correo-e:*	
(07) Tipo de Marca: Nominativa ☐ Innominada ☐ Tridimensional ☐ Mixta ☐ (08) Fecha de primer uso: No se ha usado: ☐ Día Mes Año (09) Clase: 10) Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial / Giro preponderante, en caso de Nombre Comercial: Continúa en anexo ☐	
11) Denominación: (Solo marcas mixtas con denominación) 13) Leyendas y/o figuras no reservables: (Sólo en caso de Marca). Continúa en anexo ☐ 14) Ubicación del establecimiento: Domicilio (calle, número y colonia): Población y Estado: País: Código Postal: País: 15) Prioridad reclamada: (Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentado en el extranjero) País (Oficina) de origen: Número: Fecha de Presentación Día Mes Año	12) Signo distintivo: Reproduzca en este espacio el signo distintivo que desea proteger
Bajo protesta de decir verdad, el firmante manifiesta que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que en caso de actuar como mandatario, cuenta con facultades para llevar a cabo el presente trámite. Nombre y firma del solicitante o su mandatario Lugar y fecha	

Consideraciones generales para su llenado:	
- Los datos contenidos en la presente solicitud y sus documentos anexos son de carácter público. Los rubros marcados con un asterisco * son datos opcionales. - Este formato es de distribución gratuita. Se autoriza su libre reproducción, siempre y cuando éste no sea alterado y sea presentado impreso su anverso (Página 1) y reverso (Página 2) en una sola hoja de papel blanco y en tamaño oficio. - Debe llenarse en idioma español, preferentemente a través del Sistema Asistido de llenado de Solicitudes de Registro de Marca, Aviso Comercial y Solicitud de Publicación de Nombre Comercial (SOLMARNET) disponible en www.impi.gob.mx. No obstante, podrá llenarse por otros medios, siempre que la solicitud sea legible. La información de la solicitud debe ser requerida toda por el mismo medio, sin tachaduras ni enmendaduras. - El formato de solicitud por duplicado, redactado en idioma español, debidamente registrado y firmado en todos sus ejemplares, así como sus documentos anexos, deben presentarse en la Coordinación Departamental de Recepción y Control de Documentos de la Dirección Divisoral de Marcas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con domicilio en Arenal # 550, Piso 2, Pueblo Santa María Tepepan, Delegación Xochimilco, C.P. 16020, México, D.F., con horario de atención de 8:45 a 16:00 horas de lunes a viernes o en la ventanilla de las Oficinas Regionales del IMPI o las Delegaciones o Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía. - También podrá remitirse la solicitud por correo, servicios de mensajería u otros equivalentes o, en su caso, presentarse por transmisión telefónica facsimilar, en los términos previstos en el artículo 5o. del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial. - Los documentos anexos redactados en idioma distinto al español deberán acompañarse de la traducción correspondiente. - Los documentos anexos provenientes del extranjero, cuando proceda, deberán acompañarse de la legalización o, en su caso, apostilla correspondiente.	
Por la presente se solicita: En el recuadro correspondiente marque con una "X" la solicitud que desea presentar: 1.- DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE(S): Anote los datos completos de la persona que será, en su caso, titular de la Marca, Aviso Comercial o Nombre Comercial. 7) Tipo de Marca: Marque el recuadro que corresponda al tipo de Marca: NOMINATIVA - (denominación) cuando se deseen registrar elementos literales, así como una o varias palabras desprovistas de todo diseño; INNOMINADA - (diseño) si se desea registrar una figura, diseño o logotipo desprovisto de todo elemento literal; TRIDIMENSIONAL - (forma tridimensional) cuando se desea registrar el empaque, envoltura o envase del producto en tres dimensiones, o MIXTA - si se desea registrar la combinación de cualquiera de las anteriores, (por ejemplo: denominación y diseño; denominación y forma tridimensional; diseño y forma tridimensional); denominación, diseño y forma tridimensional). 8) Fecha de primer uso: Señale la fecha a partir de la cual el signo distintivo se ha venido usando en forma ininterumpida. En caso contrario, marque el recuadro correspondiente a "No se ha usado". 9) Clase: Cuando se conozca, anote en el recuadro el número de la clase a que corresponden los productos o servicios para los que se solicita el registro; para tal efecto, puede consultar el Libro de productos y servicios de la Clasificación de Productos y Servicios para el registro de las Marcas (Clasificación de Nice) vigente, disponible en www.impi.gob.mx. 10) Producto(s) o servicio(s): SI LA SOLICITUD ES DE REGISTRO DE MARCA O MARCA COLECTIVA, especifique el o los productos o servicios que se protegen. SI SE SOLICITA EL REGISTRO DE AVISO COMERCIAL, anote el o los productos o servicios que se asocian con el mismo. SI SE TRATA DE LA PUBLICACIÓN DE UN NOMBRE COMERCIAL, anote el giro preponderante del respectivo establecimiento. En el caso de que dicho espacio resulte insuficiente, deberá indicarse en un anexo. 11) Denominación: Solo en caso de Marcas Mixtas, deberá indicar la denominación que desea proteger en exclusiva y que aparece en la etiqueta correspondiente. 12) Signo distintivo: Se entenderá que el solicitante se reserva el uso exclusivo de la Marca, tal y como aparece en este recuadro. En caso de ser marca nominativa, deberá plasmar en este recuadro la denominación que ampara sin topografía estilizada y en color negro. En el caso de Marcas Innominadas o Modas adscritas en el recuadro la etiqueta con las medidas reglamentarias, no mayores de 10 cm x 10 cm, ni menores de 4 cm x 4 cm y en caso que contenga Denominación esta deberá coincidir con la plasmada en el rubro 11). Para Marcas Tridimensionales adscritas en el recuadro correspondiente la impresión fotográfica o el dibujo en los tres planos (anchura, altura y profundidad) con las medidas reglamentarias no mayores de 10 cm x 10 cm, ni menores de 4 cm x 4 cm. 13) Leyendas y figuras no reservables: Sólo en caso de Marcas Innominadas, Tridimensionales o Modas, indique las palabras y/o figuras que aparecen en el ejemplar del signo distintivo solicitado y que conforme a la Ley de la Propiedad Industrial no pueden ser de uso exclusivo, por ejemplo: Hecho en México, Talla, Ingredientes, Peso, Registro de Salud, etc. 14) Ubicación del establecimiento: En caso de haber señalado fecha de primer uso deberá indicar el domicilio del establecimiento o negociación relacionado con el signo distintivo solicitado. En el Nombre Comercial el señalamiento de la ubicación del establecimiento es obligatorio. 15) Prioridad reclamada: En caso de contar con Derecho de Prioridad, deberá indicar los datos de la misma. Domicilios señalados en la solicitud: Deberá señalar de manera completa y precisa los domicilios que indique en la solicitud, incluyendo el Código Postal y el asentamiento en donde se ubique el domicilio bajo la denominación en que sea conocido; por ejemplo: Colonia, Pueblo, Municipio, etcétera. Las resoluciones, requerimientos y demás actos del Instituto se notificarán a los solicitantes por correo certificado con acuse de recibo al domicilio que hubiesen señalado al efecto. También podrán notificarse personalmente en el domicilio señalado, en las oficinas del Instituto o por publicación en la Gaceta, en términos del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial. Los datos constantes en Teléfono y Correo electrónico contenidos en el presente formato son opcionales y tiene por objeto el facilitar un medio de contacto entre el solicitante y los usuarios interesados en la solicitud en trámite. Nombre y firma del solicitante o su mandatario: Anote el nombre completo de una sola persona, ya sea el solicitante o su mandatario, quien deberá firmar la solicitud. En caso de que el titular sea una persona moral, deberá proporcionar únicamente el nombre y firma de la persona física que esté actuando en su representación. Contrato en anexo: Marque con una "X" sólo en caso de que sea necesario usar una hoja anexo para completar la información requerida.	
Trámite al que corresponde la forma: Solicitud de Registro de Marcas, Avisos Comerciales y Publicación de Nombres Comerciales. Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: IMPI-01-001, IMPI-01-002, IMPI-01-003, IMPI-01-004. Fecha de autorización de la forma por parte de la Dirección General Adjunta de Propiedad Industrial del IMPI: 2-VI-2012. Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 10-VII-2012.	
Fundamento jurídico-administrativo: Ley de la Propiedad Industrial. Arts. 6 fracción III, 67-69, 93, 96, 98, 99-119, 121-126 y 179-183 (D.O.F. 27-VI-01, reformas D.O.F. 24-III-04, 25-X-06, 26-XI-07, 17-V-09, 26-IV-04, 16-VI-06, 25-IV-06, 06-IV-09, 06-IV-10, 18-VI-10, 28-VI-10 y 27-IV-12). Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial. Arts. 5-7, 16, 17, 53, 56-61 y 67 (D.O.F. 23-XI-04, reformas D.O.F. 10-IX-02, 19-03-03 y 10-VI-11). Acuerdo por el que se da a conocer la Tarifa por los servicios que presta el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 14a, 14c y 14e (D.O.F. 23-VIII-06, reformas D.O.F. 26-XI-06, 10-XI-06, 2-VI-07, 4-V-08, 23-II-09, 11-X-09, 17-XI-01, 13-XI-01, 24-XI-01, 27-I-02, 14-II-02, 14-XI-02, 04-II-03, 8-X-03, 27-X-04, 23-II-05, 13-X-07, 1-VI-09, 10-VIII-09, 24-VII-09, 1-X-10 y 10-V-11). Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 11 y 34 (D.O.F. 14-XI-04, reformas D.O.F. 22-II-09, 14-XI-09, 20-VI-03, 11-VII-03, 18-II-10, 2-IV-10 y 10-I-12). Acuerdo por el que se establecen reglas y criterios para la resolución de diversos trámites ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 19-26, (D.O.F. 9-VIII-04). Acuerdo por el que se dan a conocer los honorarios de trabajo del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Art.1, (D.O.F. 31-III-09, reforma D.O.F. 20-I-11).	
Documentos anexos: ☐ Comprobante de pago de la tarifa (original y copia). ☐ Reglas de uso (sólo en caso de Marca en copropiedad o Marca Colectiva). ☐ Documento que acredite la personalidad del mandatario (original o copia certificada) o, en su caso, copia simple de la constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI. ☐ Fe de hechos en caso de Nombre Comercial en la que el fedatario público incluye nombre del titular, giro y ubicación del establecimiento, así como una fotografía de la fachada donde se ostenta el Nombre Comercial. ☐ Hoja adicional complementaria a los puntos 10) y 13).	
Tiempo de respuesta: El plazo de primera respuesta es de 4 meses por lo que respecta al examen de forma y de 6 meses por lo que respecta al examen de fondo. Aplica la positiva foto al examen de forma. No aplica la negativa ni la positiva foto al examen de fondo.	
Número telefónico para quejas: Órgano Interno de Control en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial 5624-04-12 ó 13 (directo) 5624-04-00 (conmutador) Extensión: 11237 y 11238, fax: 5624-04-36 Correo electrónico: quejas@impi.gob.mx	Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 20002000 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-FUNCION (396-2486) o desde Estados Unidos y Canadá al 1-800-475-25-03.
Número telefónico del responsable del trámite para consultas: 55-34-07-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-69-00, extensiones 10180 y 10181, o bien, consultar la página en internet: www.impi.gob.mx	

Anexo 3.0 formato AFIL-2 de alta de trabajador ante IMSS.

gob.mx	
Instituto Mexicano del Seguro Social - Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores	
Aviso de Inscripción del Trabajador (AFIL-02)	
Fecha de publicación del formato en el DOF 31 / 07 / 2015 DD MM AAAA	UMF Fecha de solicitud del trámite DD / MM / AAAA (*) Datos Opcionales
Datos generales del trabajador Número de Seguridad Social: CURP: *RFC: Nombre(s): Sin abreviaturas Primer apellido: Sin abreviaturas Segundo apellido: Sin abreviaturas Sexo: ☐ 1 Hombre ☐ 2 Mujer Fecha de nacimiento: DD / MM / AAAA Lugar de nacimiento: (Estado) Ocupación del trabajador: En caso de jornada o semana reducida anotar los días que labora o el horario: Salario base de cotización: \$ Tipo de contratación: ☐ 1 Permanente ☐ 2 Eventual ☐ 3 Eventual Construcción Tipo de Salario: ☐ 0 Fijo ☐ 1 Variable ☐ 2 Mixto Fecha de ingreso al trabajo: DD / MM / AAAA Nombre del padre (aún finado): Nombre de la madre (aún finada): Domicilio del trabajador Código postal: Calle: Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Avila Camacho, Calzada, Corredor, etc. Número exterior: Número Interior: Colonia: Por ejemplo: Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc. *Localidad: Municipio o Delegación: Estado o Distrito Federal:	Datos del patrón Número de Registro Patronal: CURP (Sólo en caso de Patrón Persona Física): RFC: Nombre, denominación, razón social del patrón o sujeto obligado: En caso de persona física (sin abreviaturas): Nombre(s) Primer Apellido Segundo Apellido Ubicación del centro de trabajo Código postal: Calle: Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Avila Camacho, Calzada, Corredor, etc. Número exterior: Número Interior: Colonia: Por ejemplo: Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc. *Localidad: Municipio o Delegación: Estado o Distrito Federal: Firma del patrón, sujeto obligado o su representante legal (anotar cargo) Firma o huella del trabajador Exclusivo del IMSS Fecha y hora de recepción de este aviso en el IMSS: Extemporáneo: ☐ 1 Clave de argumento: Los movimientos que ampara este formato surten efecto tanto para el IMSS como para el INFONAVIT conforme a sus respectivas leyes. Conserve este documento para cualquier aclaración.

De conformidad con los artículos 4 y 69-M, fracción V de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, los formatos para solicitar trámites y servicios deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación (DOF)

   	Contacto: Paseo de la Reforma 476, P.B. Col. Juárez, Delegación Cuauhtémoc C.P. 06600 D.F. Tel. 01 800 623 23 23 http://atencion.contactoimss.com.mx
---	--

Página 1 de 2

Anexo 4.0 Contrato de prestación de servicios asimilables a salarios (Honorarios)

que celebran los titulares de la consultoría con los profesionistas.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES QUE CELEBRAN POR UNA PARTE CCB CONSULTORIA JURIDICA EN ESTE ACTO REPRESENTADA POR EL LIC. Y POR LA OTRA EL C. _____, A QUIENES EN LO SUCESIVO SE LES DENOMINARÁ LA CONTRATANTE Y EL PRESTADOR, RESPECTIVAMENTE, QUIENES SE SOMETEN Y ACUERDAN CONVENIR DE CONFORMIDAD CON LAS SIGUIENTES:

D E C L A R A C I O N E S

DECLARA LA CONTRATANTE:

- I.- Ser mexicano(a), mayor de edad, y con pleno uso de sus facultades.
- II.- Que su domicilio _____ #6_____ de la colonia _____ Cp. _____ en Ensenada, Baja California.
- III.- Que dentro de sus facultades se encuentra la celebración de contratos como el presente instrumento legal
- IV.- Que se encuentra inscrita en el Registro Federal de Contribuyentes bajo el número _____.
- V.- Que entre otras actividades se dedica a la prestación de servicios jurídicos.
- VI.- Que requiere de los servicios profesionales de EL PRESTADOR especializados en _____.

DECLARA EL PRESTADOR:

- I.- Que conforme a su objeto social realiza, entre otras actividades la prestación de todo tipo de servicios profesionales de: _____ con la actividad de Honorarios asimilables a salarios.

- II.-Que tiene su domicilio (Fiscal) en _____.
- III.- Que cuenta con Registro Federal de contribuyentes con clave _____.
- IV.- Que cuenta con solvencia moral, y que tiene la experiencia requerida para llevar a cabo la Prestación de Servicios aquí encomendada.
- V.- Que cuenta con ingresos diversos a los que percibirá por la CONTRATANTE.
- V.- Qué manifiesta su consentimiento a través de este instrumento para que los honorarios que perciba por la prestación de sus servicios profesionales, sean gravados en el régimen fiscal de honorarios asimilables a salarios, como lo dispone el artículo 10 fracción V de la Ley del Impuesto sobre la Renta.
- VI.- Que es su deseo obligarse en los términos y condiciones del presente contrato, manifestando en pleno uso de sus facultades y goce de sus derechos, que cuenta con la capacidad legal para celebrar el presente instrumento legal.

AMBAS PARTES DECLARAN:

- I.- Manifiestan las partes que se reconocen mutuamente la personalidad con la que realizan el presente contrato, siendo en todo momento su voluntad el sujetarse a las cláusulas que se manifiestan en el presente instrumento.
- II.- Ambas partes declaran que conocen y comprenden el alcance y contenido del presente contrato y que el mismo se celebra conforme a la legislación del Estado de Baja California.
- III.- Ambas partes reconocen que el presente contrato no genera ni constituye una relación diversa a la civil entre los contratantes y consecuentemente ninguna obligación diversa a dicha índole, es decir no generará obligaciones o relaciones mercantiles, laborales o de diversa naturaleza a la civil.
- IV.- Los contratantes reconocen que derivado del presente contrato no se configura obligación alguna de prestar un trabajo personal subordinado cambio de una remuneración, sujeción a jornada laboral, o relación laboral, entre las partes.

CLÁUSULAS:

PRIMERA: EL PRESTADOR, conviene que prestará sus servicios profesionales a favor de la CONTRATANTE, llevando a cabo todas las actividades necesarias inherentes a su especialización en _____.

El prestador de servicios profesionales señala que las actividades inherentes a los servicios profesionales que prestará, las llevará a cabo, en días hábiles y en el lugar que “LA CONTRATANTE” le asigne para el desempeño de sus actividades, reconociendo EL PRESTADOR que no se encuentra sujeto a jornada laboral alguna, por lo que no se dan los supuestos establecidos en el Título Tercero Capítulo II de la Ley Federal del Trabajo.

SEGUNDA: EL PRESTADOR se obliga a desempeñar su actividad dedicando el tiempo necesario para el cabal cumplimiento y desempeño de los servicios para las que ha sido contratado, comprometiéndose a aplicar al máximo todos sus conocimientos, experiencia, esfuerzos y dedicación para la ejecución satisfactoria del objeto de este contrato.

TERCERA: Se obliga el PRESTADOR, a desempeñar sus actividades tendientes a la prestación de sus servicios profesionales, en los términos solicitados y acordados en el presente documento, esto reconociendo que no se encuentra sujeto a subordinación alguna para con LA CONTRATANTE.

CUARTA: LA CONTRATANTE se obliga a retribuir por la prestación de los servicios personales a título de honorarios la cantidad de \$ _____ (CANTIDAD CON LETRA) mismos que se cubrirán de manera _____. EL PRESTADOR, faculta a LA CONTRATANTE para que realice la retención del Impuesto sobre la Renta que la Ley de la materia disponga, previa constancia de entero que se le entregue a EL PRESTADOR, al término del ejercicio fiscal que corresponda. Sometiéndose desde luego al régimen fiscal de honorarios asimilables a salarios, esto comprometiéndose EL PRESTADOR a presentar su declaración anual de los impuestos causados, liberando de toda responsabilidad para los efectos fiscales a LA CONTRATANTE.

QUINTA: Debido a las necesidades de LA CONTRATANTE, se conviene en que el contrato se celebra por un período determinado, cuya vigencia será del _____ AL _____.

Las partes convienen que el contrato podrá ser rescindido en cualquier momento por cualquiera de las partes, sin que por ello incurran en responsabilidad de cualquier tipo, salvo las que resultaran de la omisión o mala praxis en la prestación de los servicios profesionales prestados, bastando para ello que la parte interesada le comunique a la otra, su intención de darlo por terminado. Con ____ días de anticipación.

Entendiéndose como omisión en la prestación de servicios, el abstenerse de realizar sus servicios profesionales EL PRESTADOR, y que ocasione perjuicios a LA CONTRATANTE; y entendiéndose como negligencia en la prestación de servicios profesionales, el incurrir EL PRESTADOR en negligencia al prestar sus servicios ocasionando perjuicios a LA CONTRATANTE.

EL PRESTADOR manifiesta expresamente su conformidad con el contenido de esta cláusula. Una vez notificada la rescisión, LA CONTRATANTE procederá a realizar el pago de los honorarios devengados que a esta fecha no estén cubiertos.

SEXTA: Las partes manifiestan que el presente contrato, se regula por las disposiciones del Código Civil para el Estado de Baja California; estableciendo entre ambas una relación de carácter civil, por lo tanto EL PRESTADOR no podrá reclamar el pago de prestaciones de

tipo laboral o la generación de derechos laborales, librando en consecuencia a partir de este momento al Contratante, de toda responsabilidad en este aspecto, no siendo aplicable en consecuencia lo dispuesto por las leyes laborales, ni surtiendo efectos jurídicos laborales. Lo anterior, no implica renovación o prórroga de este contrato.

SÉPTIMA: EL PRESTADOR por ningún motivo podrá prestar sus servicios profesionales en estado de embriaguez o bajo la influencia de algún narcótico o droga enervante, así mismo al prestar sus servicios en el domicilio de LA CONTRATANTE, comprometiéndose a observar las disposiciones que regulan el funcionamiento interno, pues ello será causal de rescisión de este contrato.

OCTAVA: El incumpliendo de cualquiera de las obligaciones contraídas en el presente contrato, por parte de EL PRESTADOR, será causa de rescisión del mismo, sin responsabilidad para LA CONTRATANTE.

Para tal efecto, LA CONTRATANTE procederá a notificar dentro de los 5 días siguientes al incumplimiento de las obligaciones, sin necesidad de declaración judicial a EL PRESTADOR, la declaración de rescisión del presente contrato.

NOVENA. Las partes convienen en que una vez concluida la vigencia del contrato, se tendrá por terminada la relación contractual, sin que para ello se requiera comunicación escrita. Por lo que EL PRESTADOR a partir de este momento queda liberado de las obligaciones que adquirió en virtud del contrato, en cuanto a la prestación de sus servicios y por su parte LA CONTRATANTE queda liberada de realizar cualquier pago derivado del contrato, aun cuando EL PRESTADOR se llegase a presentar con posterioridad a la terminación de éste contrato, o argumentado que existe continuidad tácita de la vigencia del mismo.

DÉCIMA: Conforme al Código Civil para el Estado de Baja California, “El Prestador de Servicios Profesionales” será responsable de los daños que cause a “La Contratante” por dolo, mala fe, negligencia, impericia o por no acatar las disposiciones sobre la prestación de sus servicios que dicte LA CONTRATANTE.

DÉCIMA PRIMERA. Para los efectos de interpretación del presente contrato, así como para todo aquello que no esté previsto en el mismo, las partes se sujetan a las disposiciones del Código Civil del Estado de Baja California y se someten a la Jurisdicción de los Tribunales de esta entidad Federativa.

DECIMA SEGUNDA. - Manifiestan las partes que, en la celebración del presente contrato, no existe error, dolo, mala fe, violencia, intimidación, o cualquier causa de nulidad que pudiera invocarse.

DÉCIMA TERCERA. Las partes quedan enteradas del alcance, contenido y fuerza legal del presente contrato, expresando además que no existe ningún vicio de la voluntad, como error,

dolo o mala fe que afecte la validez del mismo.

Leído que fue el presente, ratifica y firma por duplicado por los que en el intervinieron, en la Ciudad de Ensenada, Baja California a los veinticinco _____ días del mes de _____ del año _____.

LA CONTRATANTE

EL PRESTADOR



CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO QUE POR TIEMPO DETERMINADO DE TREINTA (30) DÍAS CELEBRAN POR UNA PARTE LA PERSONA FISICA DE NOMBRE _____ Y A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ “LA EMPRESA” CON DOMICILIO EN: CALLE _____ # _____ DE LA CIUDAD DE ENSENADA, BAJA CALIFORNIA C.P., CON RFC _____ Y POR LA OTRA, COMO “EL EMPLEADO” EL: C. _____ AL TENOR DE LAS SIGUIENTES:

C L A U S U L A S

PRIMERA. - “EL EMPLEADO” se obliga a prestar, bajo la dirección y dependencia de “LA EMPRESA”, sus servicios personales con la categoría de: _____

“EL EMPLEADO”. Se compromete a prestar sus servicios con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, al puesto que va a desempeñar, teniendo la obligación de desarrollar todas aquellas labores que le sean afines, relacionadas y conexas a su categoría de igual manera acepta apoyar cuando para tal efecto se requiera por las necesidades de la empresa.

Queda obligado “EL EMPLEADO” a realizar todos aquellos trabajos y/o proyectos que le solicite “LA EMPRESA”, dentro de sus funciones y horarios de trabajo; también tendrá obligación de asistir a las juntas de trabajo que se le cite y a acatar los acuerdos que en ellas se tomen.

SEGUNDA. - El presente contrato se celebra por TIEMPO DETERMINADO DE TREINTA (30) DÍAS, pudiendo darse por concluido si el trabajador encuentra dentro de los supuestos previstos por el artículo 47 de la Ley Federal del Trabajo.

TERCERA. - “EL EMPLEADO” prestará sus servicios en el domicilio _____ DE LA CIUDAD DE ENSENADA, BAJA CALIFORNIA C.P. _____ o en el lugar o lugares que ésta le asigne por necesidades de la empresa.

Ambas partes convienen en que “LA EMPRESA” queda facultada para cambiar el lugar de trabajo de “EL EMPLEADO”, cuando las necesidades del servicio así lo requieran.

CUARTA.- “EL EMPLEADO” está obligado a demostrar que cuenta con la capacidad, experiencia, conocimientos y habilidades suficientes y necesarios para desempeñar el puesto para el cual es contratado, para el caso de que “EL EMPLEADO” no demuestre tener las facultades requeridas o que se le atribuyen en las referencias que presenta, “LA EMPRESA” podrá rescindir al presente contrato sin ninguna responsabilidad de su parte, con fundamento en la fracción 1 del artículo 47 de la Ley Federal del Trabajo.

QUINTA. - “LA EMPRESA” pagará a “EL EMPLEADO” por la prestación de sus servicios, un salario de diario de \$ _____ pesos, los cuales son pagaderos de forma semanal.

SEXTA. - “EL EMPLEADO” firmará en favor de “LA EMPRESA” los recibos requisitos que se le presenten, conteniendo el importe de las prestaciones y/o salarios devengados que se cubren; la firma de cada recibo, implica un finiquito total de pago de las prestaciones, jornadas y comisiones hasta la fecha del propio recibo.

SEPTIMA. - La duración de la jornada de trabajo será de 48 horas semanales, teniendo obligación “EL EMPLEADO” de entrar diariamente dentro de la jornada _____, de las _____ horas a las _____ horas, misma que puede ser cambiada de acuerdos a las necesidades de la empresa.

De acuerdo con las necesidades del trabajo, “LA EMPRESA” queda facultada para modificar en cualquier tiempo el horario de labores establecido en esta cláusula, debiendo comunicarlo por escrito a “EL EMPLEADO” con veinticuatro horas de anticipación.

OCTAVA. - Queda prohibido a “EL EMPLEADO” trabajar jornada extraordinaria, sin la orden previa y escrita que en tal sentido le dé “LA EMPRESA”, o alguno de sus representantes, autorizando el trabajo en tales jornadas. Autorización escrita que “EL EMPLEADO” deberá conservar y exhibir para cualquier aclaración y desde luego dicha jornada para el caso de que se diere le será cubierta dentro de los términos legales correspondientes.

NOVENA. - El día de descanso semanal para “EL EMPLEADO” será variable conforme a las necesidades de la empresa, con pago íntegro de salario.

DECIMA. - Los Días de descanso obligatorio para “EL EMPLEADO” serán: el primero de Enero, el primer lunes del mes de Febrero, el tercer lunes del mes de marzo en conmemoración del 21 de Marzo, el 1º. De Mayo, el 16 de Septiembre, el tercer lunes de de Noviembre, el 25 de Diciembre, y el 1º de Diciembre de cada seis años, cuando corresponda el cambio de Presidente de la República y el día que determinen las Leyes Federales y Locales Electorales en el caso de elecciones ordinarias, para efectuar la jornada electoral, en estos días se pagará salario íntegro.

DECIMA PRIMERA. - “EL EMPLEADO” al cumplir un año de servicios disfrutará de un período anual de vacaciones pagadas de SEIS días laborables, el cual aumentará en DOS días laborables hasta llegar a doce por cada año subsecuente de servicios. Después del cuarto año, el período vacacional se aumentará en dos días laborables por cada cinco de servicios. También tendrá derecho “EL EMPLEADO” al pago de una prima del 25% (VEINTICINCO POR CIENTO), sobre los salarios que le correspondan durante el período de vacaciones, prima que será pagada junto con los días del período, la víspera del inicio de las vacaciones.

DECIMA SEGUNDA. - Tendrá derecho “EL EMPLEADO” a un aguinaldo anual equivalente a QUINCE días de salario, el cual será pagado antes del 20 de diciembre de cada año.

DECIMA TERCERA. - “EL EMPLEADO” desempeñará sus labores con la intensidad, esmero y cuidado necesarios, evitando en todo momento comprometer el buen nombre y crédito de “LA EMPRESA”, apegándose siempre invariablemente a las normas y políticas que se fijen en cuanto a su actividad general.

DECIMA CUARTA. - “EL EMPLEADO” acepta y está conforme en tomar todos aquellos cursos de capacitación y adiestramiento en el trabajo que le señale “LA EMPRESA” y le permitan elevar su nivel de vida y productividad. Estos cursos serán impartidos por “LA EMPRESA” o un tercero según lo establece el capítulo III Bis, del Título Cuarto de la Ley Federal del Trabajo.

DECIMA QUINTA.- Reconoce “EL EMPLEADO” que son propiedad de “LA EMPRESA” los útiles de trabajo, los secretos de producción y la información técnica y científica que ésta última le proporcione para cumplir con sus labores, así como todos los trabajos que realice y ejecute en cumplimiento del presente contrato, por lo que se obliga a conservarlos en buen estado, dándoles el uso adecuado, y a devolverlos o entregarlos a “LA EMPRESA” cuando sea requerido para ello o bien, al término del presente contrato.

DECIMA SEXTA. - Acepta “EL EMPLEADO” que corresponda a “LA EMPRESA” la propiedad de la patente o los derechos correspondientes de explotación de todas las invenciones y mejoras que realice “EL EMPLEADO” en el desempeño de sus labores, reconociendo que tales actividades se encuentran cubiertas en el salario que las partes han convenido como remuneración a los servicios que se derivan del presente contrato.

DECIMA SEPTIMA. - Está de acuerdo “EL EMPLEADO” en someterse a todos los exámenes o reconocimientos médicos que “LA EMPRESA” juzgue necesarios para comprobar su salud.

DECIMA OCTAVA. - Por su parte “EL EMPLEADO” manifiesta que sus servicios los prestará a “LA EMPRESA” de modo permanente y personal y en tales condiciones queda sujeto a sus órdenes y subordinación sin poder ocuparse de otras comisiones encomendadas por personas distintas a “LA EMPRESA”.

DECIMA NOVENA. - Para todo lo no previsto en el presente contrato las partes se someten expresamente a lo que estipula la Ley Federal del Trabajo.

VIGESIMA. - “LA EMPRESA” reconoce por medio del presente instrumento la antigüedad de EL EMPLEADO a partir de su fecha de ingreso.

Leído que fue por ambas partes el presente contrato y enteradas del contenido y obligaciones que contraen, lo firman por duplicado quedando un tanto en poder de cada una de las partes, en el municipio la ciudad de ENSENADA, B.C., en el domicilio de la empresa a ____ DE ____ DEL 20 ____.

"LA EMPRESA"
LIC. _____

"EL EMPLEADO"

C. _____
NOMBRE, FIRMA Y HUELLA

REFERENCIAS

- Hernández, A. (2014). Derecho Empresarial. FEJ.
- Báez, F., y Santos, M., (2015). Gestión de los Recursos Humanos. (tesis de licenciatura inédita). Instituto Superior No. 4044 “Sol”, Santa Fe, Argentina.
- Castillo, R. (2012). Desarrollo del capital humano en las organizaciones. Estado de México. Red tercer milenio.
- Díaz, D. (ed.). (2014). Factores relevantes para aumentar la precisión, la viabilidad y el éxito del sistema de evaluación del desempeño laboral. Sistema de evaluación científica, (35)2,115-121.
- Congreso de la unión (2016). Ley de la Propiedad Industrial.
- Congreso de la unión (2017). Código de Comercio.
- Congreso de la unión (2017). Código Civil para el Estado de Baja California.
- Congreso de la unión (2017). Código Fiscal de la Federación.
- Instituto Mexicano de la Propiedad industrial (2017). Gobierno. Recuperado de <https://www.gob.mx/impi>
- Instituto Mexicano del Seguro Social (2017). Gobierno. Recuperado de <http://www.imss.gob.mx/tramites/imss02001a>
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2017). Gobierno. Recuperado de http://www.sat.gob.mx/fichas_tematicas/fiel/Paginas/default.aspx
- Álvarez, M. (2003). Competencias centrales y ventaja competitiva: el concepto, su evolución y su aplicabilidad. Contaduría y Administración.
- Bermúdez, J. C. (2008). La protección de la innovación en la opinión de los costarricenses. Revista De Ciencias Sociales.

- Escorsa, P. (2004). Tecnología e innovación en la empresa. Univ. Politèc. de Catalunya.
- Juliao, J. L. (2013). Relación entre la estrategia de innovación de la firma y su decisión de patentar: evidencia de empresas pertenecientes al sector manufacturero colombiano.
- Kubr, M. (2000). La consultoría de empresas. Limusa.
- Herrera, R., & Baquero, M. (2018). Las 5 fuerzas de Porter. Obtenido de elmayorportaldegerencia: [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/\[PD\]%20Documentos](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/[PD]%20Documentos).
- Índices de registros ante el Instituto Mexicano de la propiedad industrial. 2017. México. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/292459/IMPI_en_CIFRAS_ene-dic-2017.pdf
- Manene, L. (2011). Los diagramas de flujo: su definición, objetivo, ventajas, elaboración, fases, reglas y ejemplos de aplicaciones. <http://www.luismiguelmanene.com/2011/07/28/los-diagramas-de-flujo-su-definicionobjetivo-ventajas-elaboracion-fases-reglas-y-ejemplos-de-aplicaciones/>, checked on, 6(7), 2016.
- De Lara Haro, A. (2005). Medición y control de riesgos financieros. Editorial Limusa.
- De Leon, J. G. M. P. (2007). Introducción al análisis de riesgos. Editorial Limusa.
- El Financiero (2018). México. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/ciencia/conacyt-no-suspendera-becas-pese-a-peticion-de-equipo-de-amlo>.
- Rojas, F., & Maigret, L. (2018). La promoción y el desarrollo del talento humano, factor clave de éxito en la gestión de las organizaciones.
- García D. (2014). Gestión de riesgos. Ealde business school. España. Recuperado de <https://www.ealde.es/gestion-de-riesgos-prevencion-mitigacion-natural/>

El Reforma (2018). México. Recuperado de

https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?__rval=1&id=1509846&urlredirect=https://www.reforma.com/aplicaciones/articulo/default.aspx?id=1509846

Milenio (2018). México. Recuperado de <https://sipse.com/mexico/pirateria-deja-perdidas-130-mil-mdp-mexico-140505.html>

IMPCO(2018). Recuperado de <https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2013/06/Documento-completo.pdf>

Gerdau (s.f). Brasil. Recuperado de http://ri.gerdau.com/fck_temp/8_1/2012_10_31%20-%20POLITICA%20DE%20GESTAO%20DE%20RISCOS%20-%20ESP.pdf

Moreno F. (2015). Procedimiento de Gestión de Riesgos. México. Recuperado de https://www.enaex.com/wp-content/uploads/2016/03/Procedimiento_de_Gestion_de_Riesgos.pdf

Bolaño-Rodríguez, Y., Alfonso-Robaina, D., Pérez Barnés, A., & Arias-Pérez, M. (2014). Modelo de Dirección Estratégica basado en la Administración de Riesgos. Ingeniería industrial, 35(3), 344-357.