

Carta de Tránsito de Tecnología

En caso de que esta consultoría no fuera de uso estudiantil, tendría un costo aproximado de \$7,500 MXN



3333010096 
luisagonzar95@gmail.com 
@yummybear_waffle 
RFC: CATM940207UB6 

21 de Noviembre del 2022

A quien corresponda:

Por este conducto, nos permitimos informar que el **Dr. Juan Mejía Trejo**, profesor de la asignatura de **Cadena de Suministro** de las estudiantes **Grecia Magaña / Keila Cardona / Paulina Ramírez / Yael González Kuri / Yareth González Kuri**; con códigos: **217718819 /217636308 /217468863 /217466992 /217465872** de la Licenciatura **Ingeniería en Negocios**, del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara (UdeG) participaron en forma activa en el proyecto **“Propuesta Yummy Bear”**.

Dicho proyecto se llevó a cabo del: **“05 de octubre del 2022 al 20 de noviembre del 2022”**, cuyas actividades desarrolladas fueron:

- Diseño y trámite de marca y aviso comercial.
- Diseño e implementación de un SCM (Supply Chain Management) o cadena de suministro.
- Diseño e implementación de un CRM (Customer Relationship Management) administración de relaciones con el cliente.

Los beneficios y mejoras que se lograron para nuestra institución, fueron:

- Se nos entregó un paquete tecnológico que integra las soluciones arriba mencionadas, a partir de un manual de operación y mantenimiento.

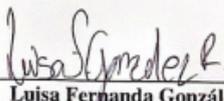
- Las mediciones realizadas, nos permiten asegurar una mejora sustancial en:

- Distinción de marca y de ventaja competitiva estimada en un **50%**
- La imagen o posicionamiento en el mercado en un **60%**
- La interacción más rápida y eficiente con nuestros clientes en un **80%**
- Incremento de pedidos y/o ventas de nuestros productos y/o servicios en un **60%**

Se extiende la presente para los fines que convengan a los interesados.



Mariána Camacho Topete
Co-propietaria



Luisa Fernanda González Rojas
Co-propietaria

Generación y aplicación de conocimiento teórico-práctico

Zapopan, Jalisco a 13 de Diciembre de 2022

PROYECTO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO: YUMMI BEAR

El proyecto es desarrollado para **YUMMY BEAR** empresa dedicada a la venta de heladería, donde su especialidad son los waffles en forma de oso con helado y decorados con alguna temática a elegir, como: sirena, unicornio, conejo, playero, etc. También ofrecen otro tipo de productos como son malteadas, frappes, smoothies, crepas y más; complementados, en su mayoría, con alguna decoración en forma de oso. Además de que agregan en la experiencia del cliente juegos de mesa disponibles para su uso mientras esperan y mientras consumen los productos. La empresa está interesada en reforzar sus áreas de oportunidad aprovechando la época pospandémica de COVID-19.

El **problema a resolver** es el de analizar el estado actual de la microempresa para identificar zonas de oportunidad en su administración y actividad, para proponer soluciones a sus deficiencias.

Por lo tanto, en el análisis y estudio de su situación, el grupo de trabajo considera que el proyecto es de **transferencia tecnológica relevante**, pues desarrolla la integración a **nivel teórico** de los conceptos que comprenden la **mercadotecnia digital y los negocios electrónicos** permitiendo a **nivel práctico**, diseñar y habilitar, **diseño y trámite de marca y aviso comercial, un sistema de cadena de suministro (SCM), un sistema de relaciones con el cliente (CRM)**.

Son utilizados los libros del propio líder del proyecto:

Mejía-Trejo, J. (2017). Mercadotecnia Digital: Una descripción de las herramientas que apoyan la planeación estratégica de toda innovación de campaña web. Editorial Patria: México.

Mejía-Trejo, J. (2019). Fundamentos de Negocios Electrónicos. Teoría y Práctica. BUK: México.

El proyecto se documenta y entrega al usuario a través de un paquete tecnológico que los describe y soporta, con un resultado de mejoras reconocidos por el usuario en: **distinción de marca y de ventaja competitiva (50%), la imagen o posicionamiento en el mercado (60%), la interacción más rápida y eficiente con clientes y proveedores (80%) así como incremento de pedidos y/o ventas de sus productos y servicios en un (60%).**

Además, se forma recurso humano de **5 estudiantes de la Licenciatura de Ingeniería en Negocios**, de la Universidad de Guadalajara.

Este caso se considera de éxito, demostrando la aplicación y generación de conocimiento teórico-práctico de mercadotecnia digital y negocios electrónicos, en el período de **05-Octubre al 20-Noviembre-2022.**

Líder del Proyecto: Dr. Juan Mejía Trejo
Profesor Investigador CUCEA UdeG



Celular: 33-12809887

e-mail: jmejia@cucea.udg.mx;

Universidad de Guadalajara

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas



CUCEA

El mejor lugar para el talento

Proyecto Final

PROPUESTA YUMMY BEAR



**CADENA DE SUMINISTRO
CICLO ESCOLAR 2022B**

Profesor Juan Mejía Trejo

**PARTICIPANTES DEL
EQUIPO 2:**

Cardona Guerrero Keila

González Kuri Yael

González Kuri Yareth

Magaña Jiménez Grecia Montserrat

Ramírez Ambriz Paulina

ÍNDICE

Reporte Inicial	3
Resumen Ejecutivo	5
Diagnóstico de la situación actual de la empresa	5
Situación actual de la empresa	5
Business Model Canvas Estado Actual	6
Pronóstico de la situación futura de la empresa que contemple las 3 herramientas trabajadas	6
Situación futura de la empresa	6
Business Model Canvas Estado Futuro	8
Benchmarking	9
Cotización	10
Carta de Tránsito de Tecnología	11
Propuestas para Yummy Bear Waffle	12
Registro de Marca y Aviso comercial:	12
1. Marca:	12
2. Aviso comercial:	15
Estrategia de CRM:	20
Relacionado con los Inventarios:	20

Reporte Inicial

Nuestro **principal objetivo** con este proyecto es brindarle a la empresa Yummy Bear Waffle una consultoría que las ayude a optimizar y eficientar sus procesos, al igual que generar una mayor fidelidad y atracción de sus clientes, mejorando su posicionamiento en la mente de los consumidores. Esto lo logramos a través de un pequeño análisis de la situación actual de la empresa y así conocer cómo nuestras propuestas impactarían dicha situación.

Yummy Bear Waffle es una heladería, donde su especialidad son los waffles en forma de oso con helado y decorados con alguna temática a elegir, como: sirena, unicornio, conejo, playero, etc. También ofrecen otro tipo de productos como son malteadas, frappes, smoothies, crepas y más; complementados, en su mayoría, con alguna decoración en forma de oso. Además de que agregan en la experiencia del cliente juegos de mesa disponibles para su uso mientras esperan y mientras consumen los productos.

Dentro de la valoración de la empresa encontramos que su **principal competencia**, a grandes rasgos, son las heladerías o los establecimiento de postres que cuentan con juegos de mesa, sin embargo, ninguno de estos establecimientos se caracterizan por ofrecer waffles en forma de oso como principal producto dentro de su menú. Por lo que consideramos que el negocio Yummy Bear es innovador, competitivo y accesible, además de tener un buen aspecto visual y variedad de productos.

El establecimiento cuenta con una buena **ubicación**, aunque no excelente, por lo que podría ser un punto de mejora, sin embargo, es complicado realizar un cambio en esta debido a que los clientes ya ubican el establecimiento. El establecimiento se encuentra ubicado en Av. Torremolinos 2204B, Lomas de Zapopan, 45130 Zapopan, Jal. Se prevé contar con franquicias en un futuro para lograr un mayor alcance.

Se **promocionan** por medio de redes sociales, siendo sus principales Instagram y Facebook, cuyas cuentas son @yummybear_waffle y Yummy Bear, respectivamente, en donde muestran los productos, el establecimiento y anuncios especiales; además, por medio de creadores de contenido o "influencers", quienes recomiendan a Yummy Bear. Cuentan con un sitio web, el cual es https://yummy-bear.negocio.site/?utm_source=gmb&utm_medium=referral. También manejan promociones de lunes a jueves con la finalidad de atraer a los clientes entre semana y no sólo el fin de semana; además de ofrecer un 10% de descuento si suben sus productos en alguna red social.

El **segmento de mercado** está enfocado principalmente en niños, por lo que manejan un ambiente familiar y apto para todo público.

Un último punto que encontramos dentro de esta valoración es que **desean transmitir el mensaje** de ser únicas y diferentes; es la razón por la que manejan el concepto de sirenas, unicornios y de más. Buscan transmitir confianza y brindar un lugar seguro, generando una experiencia al consumir en su negocio, adaptado para pasar un momento agradable, jugando, platicando y consumiendo algún postre.

Resumen Ejecutivo

Diagnóstico de la situación actual de la empresa

→ Situación actual de la empresa

El nombre Yummy Bear es una parte representativa de la marca, debido a que va de acuerdo con lo que se ofrece, sin embargo, mediante nuestra investigación se descubrió que dicho nombre ya está registrado y es utilizado en el mismo sector, por lo que no pueden continuar utilizándolo.

El negocio no cuenta con un aviso comercial, pues no se les había ocurrido; ellas esperaban ser recordadas por su logo tan característico y llamativo, sin embargo, este logo no lo tienen registrado, por lo que no cuentan con ningún derecho de propiedad industrial hasta el momento.

Manejan un personal de 6 trabajadoras, de las cuales, entre semana laboran dos, y los fines de semana laboran dos en el turno matutino y dos en el turno vespertino.

Dos de los procesos que llevan a cabo las trabajadoras son:

- **Atención al cliente:** El cliente objetivo son los niños, y actualmente lo que se hace para hacerlos sentir incluidos es atenderlos primero y después a su adulto acompañante. La manera en la que interactúan con los niños es principalmente de forma verbal, explicándoles cuáles son las opciones que existen en el menú sin esperar a que ellos tengan que leerlo por su cuenta. Además, siempre tratan de empatizar con ellos.
- **Inventario:** La forma de realizar sus inventarios es manualmente; por medio de 3 hojas impresas con un listado de todos los ingredientes e insumos necesarios para el buen funcionamiento del negocio, en el cual se anota cada martes de la semana la cantidad existente de los mismos para que así, las jefas puedan identificar qué es lo que hace falta y poderlo llevar al local. En dado caso de que haga falta algo después de haber hecho el inventario, se va a comprar a la tienda o cremería, si no lo venden en esos establecimientos, se les informa a las jefas para que ellas puedan ir a adquirirlo y que el local no tenga fallas por falta de insumos.

Business Model Canvas Estado Actual



Pronóstico de la situación futura de la empresa que contemple las 3 herramientas trabajadas

→ Situación futura de la empresa

Nuestra propuesta de valor para la situación futura de Yummy Bear Waffle se basa en una serie de recomendaciones sobre 3 aspectos del negocio, las cuales son:

Diseño y trámite de marca y aviso comercial.

Un artículo hecho por *El Universal* en 2018 reportó que la industria del helado en México alcanzó un valor de 18 mil millones de pesos, y se preveía que alcanzará un crecimiento de hasta 4.67% para 2021. Esto quiere decir que la competencia en esta Industria está aumentando; pero Yummy Bear tiene una gran ventaja competitiva con su presentación del waffle en forma de oso como la base del helado.

Es importante considerar el registro ante el IMPI de la marca o marcas que se empleen en algún negocio propio para obtener los derechos exclusivos sobre la explotación comercial de ese bien intangible a nivel nacional. El registro, de igual forma, le otorga valor a la marca, pues crece a la par de la empresa.

Como se mencionó anteriormente, el nombre actual del negocio ya se encuentra registrado en una marca del mismo sector, por lo que se realizará un cambio de nombre.

Nuestra propuesta pretende proteger la identidad de la empresa registrando el nuevo nombre y su logotipo como una marca mixta ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Esto nos ayuda a tener una **mayor presencia en el mercado**, pues una vez registrada la marca podrán expandirse sin temor a que les roben su idea; también les otorgará un **ahorro en sus costos** de registro ante el IMPI, debido a que al realizar un registro de marca mixta ya no será necesario hacer otro registro de nombre comercial.

Una propuesta más es la creación y registro de un aviso comercial, el cual dará **posicionamiento en la mente de los consumidores**.

Diseño e implementación de un SCM (Supply Chain Management) o cadena de suministro.

Según el *Centro para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial*, sólo el 10% de las PYMES alcanzan los 10 años de vida, y el 75% de ellas fracasa antes de los 3 primeros años. Una de las principales razones de que esto suceda es por el mal manejo de actividades que parecieran simples, como el *control de inventarios*.

Un crecimiento sano de la empresa implica la planeación estratégica de sus procesos. Por lo que nuestra propuesta es implementar un software de control de inventarios, ya que, lo consideramos una herramienta clave para eficientar sus procesos.

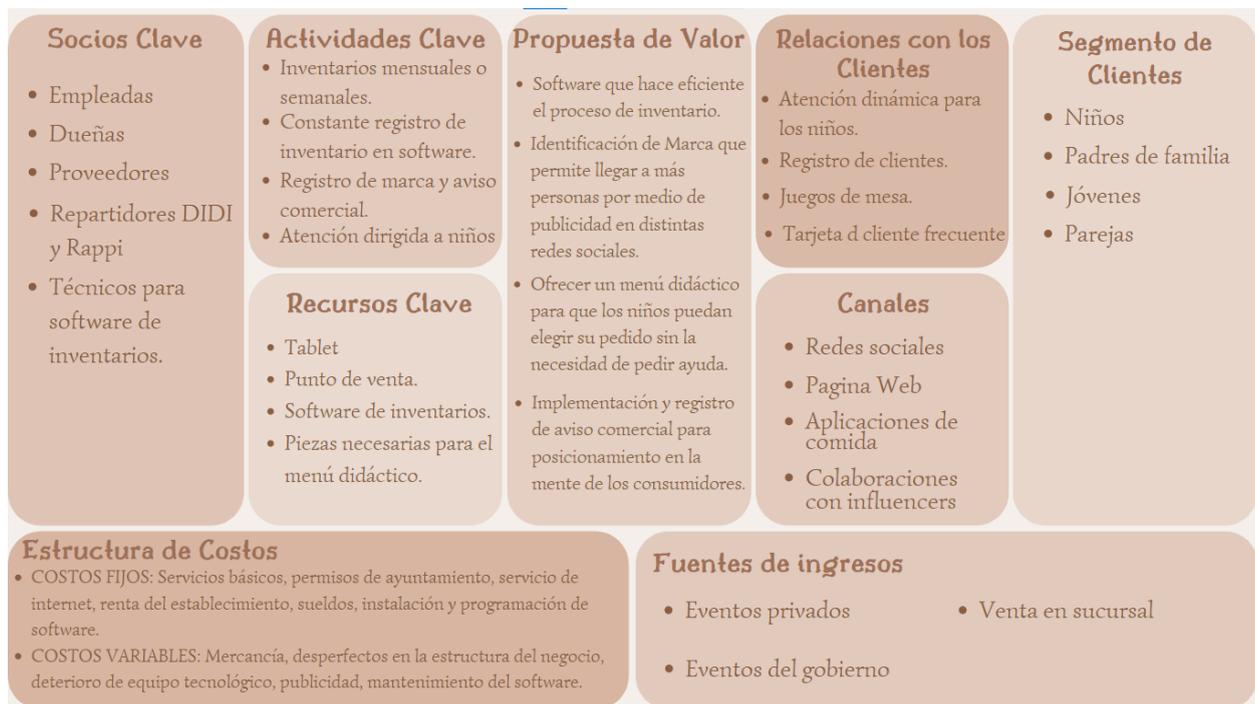
La implementación del software les brindará un registro de operaciones y acceso al volumen de ventas **en tiempo real**; **aumento de las ventas**, disminuyendo la posibilidad de no ser capaz de cumplir la demanda; **ahorro de tiempo** al no ser necesario el registro de las operaciones a mano, evitando errores de captura; **abasto de productos garantizado** estableciendo máximos y mínimos para el reabastecimiento de productos, de forma que siempre se cuente con productos disponibles.

Diseño e implementación de un CRM (Customer Relationship Management) Administración de Relaciones con el Cliente.

Según un artículo de Forbes, las compañías que implementan un sistema CRM en todo su proceso pueden aumentar las ventas en un 29%. Y según la plataforma DATA2CRM, el 50% de los equipos de ventas, reportaron que mejoraron su productividad con un software CRM.

Nuestra última propuesta va dirigida hacia la implementación de una estrategia de CRM, la cual, está directamente relacionada con la experiencia de compra de los niños, siendo estos el principal cliente de Yummy Bear. Esta consiste en implementar un menú didáctico con el que podrán formar su waffle de oso con helado por medio de diferentes ilustraciones que los niños deberán acomodar en un espacio adaptado y cómodo para ellos, con el objetivo de que realicen su creación y que muestren qué es lo que quieren. Con esta propuesta se busca crear una forma de que los consumidores potenciales ordenen de forma dinámica y divertida, brindando una **mejor experiencia** al consumidor, generando mayor fidelidad y posicionamiento. Esta propuesta también tiene como objetivo tener una mejora en la atención y servicio al cliente, consolidando la relación con los clientes un **aumento en sus ventas** y por consiguiente, un **aumento en sus ingresos**. Esto se debe a que se busca que la propuesta atraiga a más consumidores, fidelizando con ellos, ya que un consumidor habitual gasta un 33% más que uno nuevo.

Business Model Canvas Estado Futuro



Benchmarking

Competidor	Canales de venta	Atributos del producto	Precio	Tono de comunicación	Calificación de los clientes
La Paletería 	<ul style="list-style-type: none"> - Consumo en el lugar. - Entrega a domicilio. - Para llevar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Variedad de nieves y gelatos. - Paletas gourmet. - Frapuchinos, licuados de fruta natural, y malteadas. - Papas fritas, tostilocos y nachos con queso. - Churros mini con nieve. 	Varía dependiendo el producto desde \$50 hasta \$180.	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook. - Rappi. 	<p>4.4</p> <p>★★★★★</p> <p>1,104 opiniones</p>
La Creperie 	<ul style="list-style-type: none"> - Consumo en el lugar. - Para llevar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crepas. - Café. - Croissant. 	Desde \$70 hasta \$149 dependiendo los ingredientes a elegir.	<ul style="list-style-type: none"> -Instagram. -Facebook. 	<p>5.0</p> <p>★★★★★</p> <p>1 opinión</p>
La Michoacana 	<ul style="list-style-type: none"> - Para llevar 	<ul style="list-style-type: none"> - Helado en waffle, canasta, vaso. - Helado de yogurt. - Aguas frescas. - Fresas con crema. - Mangonadas. - Papas preparadas. 	Dependiendo del tamaño y envase desde \$20 a \$50.	Utilizan muy pocos las redes sociales.	<p>4.5</p> <p>★★★★★</p> <p>75 opiniones</p>

Cotización



3333010096 
luisagonzar95@gmail.com 
@yummybear_waffle 
RFC: CATM940207UB6 

COTIZACIÓN DEL PROYECTO YUMMY BEAR

Fecha: 21 / 11 / 2022
Cotización N° 001

Concepto	Cantidad	Costo
Registro de Marca	1	\$2,457.79
Registro de Aviso Comercial	1	\$666.09
ESTRATEGIA CRM Pizarrón	3	\$780
ESTRATEGIA CRM Imanes	50	\$125
ESTRATEGIA CRM Figuras de madera representativas de los ingredientes.	72	\$1,872
Software de Inventario	1	\$1,299

SUBTOTAL: \$ 7,199.88 MXN

IVA: \$ 1,151.98 MXN

MONTO TOTAL: \$ 8,351.86 MXN

Cantidad en letra: Ocho mil trescientos cincuenta y un pesos con ochenta y seis centavos 00/100 M.N

*Para uso estudiantil

EQUIPO 2

BANCO UDG

CUENTA: 00000000000

Gracias por su preferencia.

Propuestas para Yummy Bear Waffle

- **Registro de Marca y Aviso comercial:**

1. Marca:

La propuesta es realizar un registro de marca mixta ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), la cual está constituida tanto por figuras, imágenes, combinaciones de colores, símbolos o dibujos, como por letras, palabras y/o números. El llevar a cabo el registro de marca mixta, tiene como objetivo un ahorro económico, pues en esta se registra tanto el nombre comercial de la empresa como el logo de forma conjunta. Dicho registro da el derecho al uso exclusivo en el territorio nacional por 10 años, distinguiendo a tus productos o servicios de otros existentes en el mercado, además, te puede ayudar a iniciar acciones legales por posible mal uso de tu marca y te facilita el otorgar licencias de uso o franquicias.

Algunas propuestas de nombres para la empresa son:

- Sweet Teddy
- Teddy Waffle.
- Deli Teddy.
- Delicious Bear.
- Ice Bear Waffle.



*Estos ejemplos son con fines ilustrativos, están sujetos a cambios por nombre.

Los documentos que se necesitan para llevar a cabo el registro son los siguientes:

→ Solicitud de Protección de Signos Distintivos A (*Marcas, Marcas Colectivas, Marcas de Certificación, Aviso Comercial o Nombre Comercial*) o Solicitud de Protección de Signos Distintivos B (*Marca Holográfica, Marca Sonora, Marca Olfativa, Imagen Comercial o la combinación de las anteriores*). Se recomienda llevar duplicado de este documento, que tenga la misma validez.

→ Hoja adicional complementaria al punto "Datos generales de las personas".

→ Comprobante de pago. *(original y copia)*

→ Reglas de uso. Solo si el signo distintivo *(marca mixta)* se presenta por más de un solicitante *(cotitularidad: derecho de propiedad compartida que se tiene sobre un bien, Un cotitular tiene, como norma general, los mismos derechos y obligaciones que un titular)*

→ Hoja adicional complementaria al punto "Productos o servicios en caso de Marca o Aviso Comercial/Giro comercial preponderante". Este documento se presenta en caso de que el espacio del apartado correspondiente sea insuficiente.

→ Hoja adicional complementar al punto "Leyendas o figuras no reservables". Este documento se presenta en caso de que el espacio del apartado correspondiente sea insuficiente.

→ Traducción de los documentos presentados en idioma distinto al español, en caso de tener documentos en otro idioma.

→ Legalización o apostilla de los documentos anexos provenientes del extranjero, en su caso.

→ Otros documentos, por ejemplo, carta consentimiento o documentos que acrediten la adquisición de un carácter distintivo derivado del uso en el comercio. *(original o copia certificada)*.

Documentos opcionales:

→ Documento que acredita la personalidad del mandatario *(este documento puede presentarse en copia certificada)*

→ Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI. *(original y copia)*

La forma de llevar a cabo el registro es el siguiente:

En línea.

1. Obtén tu FIEL como persona física.
2. Regístrate para obtener un usuario y contraseña.
3. Captura la solicitud.
4. Adjunta los anexos correspondientes en formato PDF.
5. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.
6. Firma con tu FIEL.
7. Descarga el acuse electrónico.
8. Consulta periódicamente MARCANET para conocer el estatus de tu expediente.

9. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado a través de tu Tablero Electrónico en Marca en Línea.

<https://eservicios.impi.gob.mx/seimpi/action/rduml2>

Presencial.

1. Llena la solicitud.
2. Adjunta los anexos correspondientes.
3. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.
4. Acude a las oficinas autorizadas para recibir solicitudes y promociones.
5. Presenta la solicitud y sus anexos.
6. Guarda tu acuse de recibo.
7. Consulta periódicamente MARCANET para conocer el estatus de tu expediente.
8. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado en el domicilio que señala para oír y recibir notificaciones o bien, a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial si así lo indicas en la solicitud.

Buzón en línea:

1. Ingresa a <https://buzonenlinea.impi.gob.mx/>
2. Enviar en formato PDF la solicitud.
3. Provee los anexos que sean necesarios en formato PDF.
4. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica y anexar comprobante del pago en formato PDF.
5. Enviar por Buzón en Línea.
6. Acude a las oficinas autorizadas para recibir solicitudes y promociones al día hábil siguiente de haber efectuado el envío.
7. Presenta la solicitud, sus anexos y el acuse de recibo del Buzón en Línea.
8. Guarda tu acuse de recibo.
9. Espera la respuesta del Instituto.

Correo o mensajería especializada:

1. Llena la solicitud.
2. Adjunta los anexos que sean necesarios.
3. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.
4. Acude a la oficina de correo o paquetería especializada más cercana a tu domicilio.
5. Envía la solicitud y sus anexos.
6. Guarda tu guía o acuse de recibo.
7. Consulta periódicamente MARCANET para conocer el estatus de tu expediente.

8. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado en el domicilio que señala para oír y recibir notificaciones o bien, a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial si así lo indicas en la solicitud.

Para más información:

<https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88>

2. Aviso comercial:

La propuesta es crear y registrar un aviso comercial con el objetivo de mejorar el posicionamiento en la mente de los consumidores. Es una estrategia de marketing utilizada principalmente para propaganda comercial permitiendo al público establecer un vínculo entre el eslogan y la empresa. Es también un elemento primordial de comunicación entre el consumidor y el producto.

El registro se hará ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) el cual permitirá tener el derecho a uso exclusivo del aviso por 10 años.

Algunas de las propuestas para el aviso comercial son:

- Sin osito no hay diversión.
- A un mordisco de placer.
- Come sonriendo.
- Divertido y sabroso, doblemente delicioso.

Los documentos que se necesitan para llevar a cabo el registro son los siguientes:

→ Solicitud de Protección de Signos Distintivos A (*Marcas, Marcas Colectivas, Marcas de Certificación, Aviso Comercial o Nombre Comercial*) o Solicitud de Protección de Signos Distintivos B (*Marca Holográfica, Marca Sonora, Marca Olfativa, Imagen Comercial o la combinación de las anteriores*). Se recomienda llevar duplicado de este documento, que tenga la misma validez.

→ Hoja adicional complementaria al punto "Datos generales de las personas".

→ Comprobante de pago. (*original y copia*)

→ Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes IMPI (*original y copia*)

→ Reglas de uso, sólo si el signo distintivo se presenta por más de un solicitante (*original*)

→ Traducción de los documentos presentados en idioma distinto al español, en su caso (*original*)

→ Legalización o apostilla de los documentos anexos provenientes del extranjero, en su caso (*original*)

Documentos opcionales:

→ Hoja adicional complementaria al punto “Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial/Giro comercial preponderante” (*original*)

→ Documento que acredita la personalidad al mandatario (*copia certificada, original y su presentación es opcional*)

La forma de llevar a cabo el registro es el siguiente:

En línea.

- Obtén tu FIEL como persona física.
- Regístrate para obtener un usuario y contraseña.
- Captura la solicitud.
- Adjunta los anexos correspondientes en formato PDF.
- Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.
- Firma con tu FIEL.
- Descarga el acuse electrónico.
- Consulta periódicamente MARCANET para conocer el estatus de tu expediente.
- Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado a través de tu Tablero Electrónico en Marca en Línea.

Para más información:

<https://eservicios.impi.gob.mx/seimpi/action/rduml2>

Presencial.

1. Llena la solicitud.
2. Adjunta los anexos correspondientes.
3. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.
4. Acude a las oficinas autorizadas para recibir solicitudes y promociones.
5. Presenta la solicitud y sus anexos.
6. Guarda tu acuse de recibo.
7. Consulta periódicamente MARCANET para conocer el estatus de tu expediente.
8. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado en el domicilio que señala para oír y recibir notificaciones o bien, a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial si así lo indicas en la solicitud.

Buzón en línea:

1. Ingresa a <https://buzonenlinea.impi.gob.mx/>
2. Enviar en formato PDF la solicitud.

3. Provee los anexos que sean necesarios en formato PDF.
4. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica y anexar comprobante del pago en formato PDF.
5. Enviar por Buzón en Línea.
6. Acude a las oficinas autorizadas para recibir solicitudes y promociones al día hábil siguiente de haber efectuado el envío.
7. Presenta la solicitud, sus anexos y el acuse de recibo del Buzón en Línea.
8. Guarda tu acuse de recibo.
9. Espera la respuesta del Instituto.

Correo o mensajería especializada:

1. Llena la solicitud.
2. Adjunta los anexos que sean necesarios.
3. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.
4. Acude a la oficina de correo o paquetería especializada más cercana a tu domicilio.
5. Envía la solicitud y sus anexos.
6. Guarda tu guía o acuse de recibo.
7. Consulta periódicamente MARCANET para conocer el estatus de tu expediente.
8. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado en el domicilio que señala para oír y recibir notificaciones o bien, a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial si así lo indicas en la solicitud.

Para más información:

<https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88>

Pasos para llenar tu solicitud de registro de Aviso Comercial:

1. Seleccionar el tipo de solicitud.



Tipo de Solicitud.

1

Por la presente se solicita:
(Marque sólo una opción)

Registro de Marca

Registro de Marca Colectiva

Registro de Aviso Comercial

Publicación de Nombre Comercial

2. Señalar que el tipo de solicitud es de un Aviso Comercial.

2 **Uso Exclusivo del IMPI.**

Uso exclusivo:
Comunicaciones y Subsecretarías Federales
de la Secretaría de Economía

Uso exclusivo:
IMPI, Oficinas Regionales de IMPI
Brosque Precatura

Sello, Fecha y hora de presentación,
No. de folio de entrada

3. Señalar de forma correcta y completa los datos del solicitante o titular.

3 **Datos del Solicitante.**

DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE (S)

01) Nombre (s):

02) Nacionalidad (es):

03) Domicilio del primer solicitante (calle, número y colonia):

Población y Estado:

Código postal: País:

04) Teléfono: Correo-e:**

4. Especificar la dirección a la que se enviará cualquier comunicado o el Título de Registro.

4 **Domicilio para Notificaciones.**

DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR NOTIFICACIONES

05) Calle, número y colonia:

Población y Estado:

Código postal:

06) Teléfono (clave):** Correo-e:**

5. Este apartado es únicamente para el caso de Marcas, si se desea registrar un Aviso Comercial, deberá dejarlo en blanco.

5 **Tipo de Marca.**

07) Tipo de Marca: Nominal Innombrada Tridimensional Mixta

6. Señalar la fecha a partir de la cual ha usado su Aviso Comercial de forma ininterrumpida.

6 **Fecha de Primer Uso.**

08) Fecha de primer uso: No se ha usado:

 Día Mes Año

7. Indicar la clase a la que pertenece el producto o servicio que desea distinguir con su Aviso Comercial.

7 **Clase.**

09) Clase:

8. Indicar los productos o servicios que pretende distinguir con su Aviso Comercial.

8 Productos/Servicios.

10) Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial / Giro preponderante, en caso de Nombre Comercial:

Continúa en anexo

9. Este apartado es únicamente para Marcas Mixtas, de no ser el caso dejar en blanco.

9 Denominación.

11) Denominación (Sólo marcas mixtas con denominación)

10. En caso de Aviso Comercial, se deberá plasmar la denominación que desea proteger sin tipografía estilizada y en color negro no mayor a 10 * 10 cm., ni menor a 4 * 4 cm.

10 Signo Distintivo.

12) Signo Distintivo

11. Por tratarse de un Aviso Comercial, no deberá indicar nada en este apartado.

11 Leyendas y/o Figuras No Reservables.

13) Leyendas y/o figuras no reservables (Sólo en caso de Marca):

Continúa en anexo

12. En caso de haber señalado fecha de primer uso deberá indicar el domicilio del establecimiento o negociación relacionado con el Aviso Comercial solicitado.

12 Ubicación del Establecimiento.

14) Ubicación del establecimiento:
Domicilio (calle, número y colonia):

Población y Estado: País:
Código Postal:

13. La prioridad es un derecho internacional que se reclama al momento de solicitar un registro mercantile en México, a efecto de que se reconozca la fecha legal de la presentación de una solicitud de registro de Aviso Comercial en el extranjero. Si no se reclama una Prioridad, deje en blanco este apartado.

13 Prioridad Reclamada.

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

14. En este apartado deberá señalar el nombre correcto del firmante y deberá firmar de forma autógrafa (original). Se firma y declara BAJO PROTESTA DE DECIR LA

VERDAD, por lo que NO DEBE INCURRIR EN FALSEDAD ya que es causal de nulidad del registro o publicación.

14 **Nombre, Firma, Lugar y Fecha.**

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

- **Estrategía de CRM:**

El principal objetivo del CRM consiste en construir relaciones duraderas mediante la comprensión de las necesidades y preferencias individuales y de este modo añadir valor a la empresa y al cliente. Es conseguir que los clientes sean fieles.

Por lo que nuestra propuesta es crear un menú didáctico exclusivo para los niños, los cuales son el principal customer segment del negocio, con el fin de mejorar su experiencia, hacerlos sentir más incluidos, y que les parezca más atractivo visitar el negocio.

Éste menú consiste en entregarle a los niños figuritas de las opciones de relleno, sabor de nieve y temática de su oso, y que ellos lo armen a manera de juego, y una vez armado nos lo entreguen; de esta manera lograremos que los niños decidan de manera independiente cómo quieren su waffle, haciéndolos partícipes de la compra, y hacerlos sentir escuchados e importantes, además de estimular sus sentidos al ser de manera manual. A largo plazo podría considerarse implementarlo de forma digital.

- **Relacionado con los Inventarios:**

Se propuso un software exclusivo para hacer los inventarios y de esta manera agilizar el proceso en lugar de seguir haciéndose a mano. La empresa con la que estamos trabajando, a pesar de hacer sus inventarios semanalmente, tiene la desventaja de no tener un inventario bien estructurado con las cantidades correctas, precios costo correctos, lo que puede hacer que los precios de sus productos estén un poco desbalanceados.

Por medio de un inventario, pueden darse cuenta qué productos son más y menos solicitados, de esta manera pueden comprar por cantidades adecuadas dependiendo de la demanda que tengan, evitando comprar de más y no tener pérdidas con los insumos comprados, pues son productos perecederos.

Se recomendaron tres software diferentes que podrían ser los que mejor le conviene a la empresa:

INTELISIS ERP 	NetSuite 	Eleventa 	Odoo Inventory 	Bind ERP 
<ul style="list-style-type: none"> * Software para minoristas. * Control de gama de artículos. * Creación de catálogos. * Control de inventarios * Consultas. * Manejo de unidades de medida y control. * Históricos de venta. * Reporteo inteligente. 	<ul style="list-style-type: none"> * Gestión de operaciones de contabilidad. * Procesamiento de pedidos. * Gestión de inventarios. * Producción. * Cadena de suministro. * Operaciones de almacén. 	<ul style="list-style-type: none"> * Diseñado para ser un programa fácil de usar y no requerir de conocimientos previos de computación, ni capacitación personalizada. * Controla inventarios. * Conoce cuánto dinero tienes invertido en tu negocio y rastrea cada ingreso, venta y merma de tus productos. * Conoce la ganancia de tu negocio al instante calculada automáticamente ya sea por turno, día o un periodo en particular. 	<ul style="list-style-type: none"> * Cuenta con aplicaciones como gestión de relaciones con clientes (CRM). * Ventas. * Gestión de proyectos. * Manufactura. * Gestión de inventario. * Punto de venta (POS). * Contabilidad. * Cuenta con versión gratuita. * Cuenta con una prueba gratuita. 	<ul style="list-style-type: none"> * Reduce los costos de inventarios y almacenes. * Integra los movimientos de stock a las áreas de ventas, compras y contabilidad. * Genera los estados financieros históricos en tiempo real. * Obtén control y una visión completa de los números de tu empresa. * Accede a tu información contable de tu negocio en todo momento.

<p>* Precio: desconocido</p>	<p>* Precio:</p> <p>Precios desde: \$10,328.00/mes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✗ Versión gratuita ✗ Prueba gratis ✓ Suscripción 	<p>* Precio:</p> <p>Monocaja: \$1299</p> <p>Multicaja: \$3199</p>	<p>* Precio:</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>Una aplicación</p> <p>GRATIS</p> <p><small>Solo para una aplicación, usuarios ilimitados</small></p> <p><small>Odoo en línea</small></p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">EMPIEZA AHORA</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>Estándar</p> <p>\$ 8.90 US\$ 11,30 *</p> <p><small>por usuario al mes</small></p> <p><small>Todas las aplicaciones</small></p> <p><small>Odoo en línea</small></p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">COMPRA AHORA</p> <p style="text-align: center; background-color: #eee; padding: 2px;">PRUÉBALO GRATIS</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p>Personalizado</p> <p>\$ 13.60 US\$ 16,90 *</p> <p><small>por usuario al mes</small></p> <p><small>Todas las aplicaciones</small></p> <p><small>Odoo en línea / Odoo.sh ** / Local</small></p> <p><small>Odoo Studio</small></p> <p><small>Multientpresa</small></p> <p><small>API externo</small></p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">COMPRA AHORA</p> <p style="text-align: center; background-color: #eee; padding: 2px;">PRUÉBALO GRATIS</p> </div>	<p>* Precio: Plan anual.</p> <p>+Control: \$570 mensuales</p> <p>+Impulso: \$1,000 mensuales</p> <p>+Crecimiento : \$1,500 mensuales</p>
---	--	--	--	---

Los precios pueden fluctuar de acuerdo con el paquete que se contrate. Depende mucho de las necesidades que tiene la empresa. Para este caso, nuestra recomendación son dos software que pueden ser de gran utilidad para la empresa:

1. Eleventa.

Se recomienda a las interesadas como primera opción el software de Eleventa porque consideramos que es el que mejor se adapta a sus necesidades, además de tener un precio accesible. Esto es debido a que no se gasta tiempo en capacitaciones pues es especializado para personas sin experiencia y es capaz de llevar el control de inventario,

control de mermas, rastrear ingresos y conocer la ganancia en el momento que se desee o por periodos.

2. Bind ERP.

Si bien ambos presentan las mejores características para la empresa, cabe mencionar que en todos los software se trata de un punto de venta y no únicamente la parte de los inventarios. Por este motivo se recomienda a las interesadas analizar la posibilidad de cambiar también el software que actualmente tienen para tener todo registrado en uno solo y, de esta manera, tener sincronizada la parte de ventas, inventarios, ganancias y pérdidas en uno solo.

REFERENCIAS

- ADDENDO. *Datos estadísticos CRM. Infografía addendo*. Recuperado de <https://addendo.io/wp-content/uploads/2022/03/Infografia-estadisticas-de-CRM.pdf>
- Bind.erp. (2022). *¿Cuáles son los beneficios de tener un software de inventarios?*. Bind.erp. Recuperado de <https://blog.bind.com.mx/cuales-son-los-beneficios-de-tener-un-software-de-inventarios>
- Cartera. (2018). *¿De qué tamaño es la industria del helado en México?*. El Universal. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/negocios/de-que-tamano-es-la-industria-del-helado-en-mexico>
- Erp, B. (s. f.). *Planes y Programas del Sistema Administrativo ERP*. Bind ERP. Recuperado de https://www.bind.com.mx/SistemaDeAdministracion/Precios?cc_est=stbl
- Elegircrm. (s.f.). *¿Qué es un CRM y para qué sirve? CRM definición y aplicaciones*. Recuperado de <https://www.elegircrm.com/crm/que-es-un-crm>
- GS1 México. (s.f.). *5 Beneficios que adquieres con la Protección de tu Marca*. GS1 México. Recuperado de <https://blog.gs1mexico.org/5-beneficios-con-proteccion-de-tu-marca>
- Minnt Solutions S.A.P.I de CV. (2022). *Guía básica para el control de inventarios*. Bind.erp. Recuperado de <https://www.bind.com.mx/Recursos/guia-basica-para-el-control-de-inventarios>
- Osmos Cloud. (2017). *¿Sabes para que sirve un CRM?* Secretaría de Economía. Recuperado de <https://www.inadem.gob.mx/sabes-para-que-sirve-un-crm/>
- Silva, D. da. (2022, 7 junio). *¿Qué es CRM? 4 tipos de sistemas para manejar clientes*. Zendesk MX. Recuperado de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-crm-para-que-sirve/>