

MAESTRÍA EN DISEÑO
Facultad de Arquitectura y Diseño

UA: Legislación en el Diseño

Clave: AG-LD / No. de Créditos: 8

**Normas para modelos de negocio
en torno al diseño**

Docente:
Dra. en Ed. Laura Teresa
Gómez Vera

Agosto de 2018

Objetivo general:

Los estudiantes adquirirán conocimientos que les permita estudiar y aplicar el marco legal y exponer argumentaciones en torno a los temas de investigación en el diseño, mediante el estudio y la aplicación del marco legal que existe en el desarrollo y creación de proyectos en los sectores sociales.



Contenido temático:

U1. El contexto del diseño en relación con la normativa que rige la cultura de la innovación

- 1.1 Diseño y competitividad
- 1.2 Ordenamientos jurídicos de aplicación específica
- 1.3 Ética en el diseño
- 1.4 Organismos públicos que regulan proyectos sociales

U2. Normativa institucional aplicable al diseño

- 2.1. Estudio de los reglamentos y normas actuales
- 2.2 Organismos y tratados internacionales para la protección intelectual

U3. Figuras de propiedad intelectual

- 3.1 Propiedad Industrial
- 3.2 Derechos de autor

U4. Preceptos en torno al diseño dirigidos a modelos de negocio

- 4.1 Transferencia tecnológica y creación de empresas (Normalización)
- 4.2 Características de las franquicias

Preceptos en torno al diseño dirigidos a modelos de negocios

TT: conjunto de todas las formas y modalidades por medio de las cuales una tecnología es incorporada a una empresa, institución o país.



Adquisición,
Compra, Comercio,
Importación de
tecnología

Identificar cómo logra una empresa adquirir la tecnología que le posibilita mejorar su proceso productivo y competitivo

En el contexto comercial, la TT se entiende como un “proceso mediante el cual se negocia la cesión o licenciamiento de los derechos sobre el capital intelectual”

(IMNC, 2007).

Transferencia tecnológica y creación de *Start Up*

Start up: modelos de negocio emergentes a partir de la demanda de un mercado.
Organizaciones con capacidad de cambio de sistemas administrativos y tecnológicos.



- La TT se basa en el movimiento de activos como la tecnología, el conocimiento y el *know how*
- La TT se produce entre varios proveedores (universidades, centros tecnológicos, empresas, secciones de I+D+I,) y receptores de tecnología (empresas)
- El proceso de TT incluye de forma inherente a la regulación de la valorización de los activos transferidos: negociación, el método de transferencia y la gestión de los derechos de propiedad intelectual.
- La TT suele producir un avance tecnológico en forma de productos, procesos y servicios en la empresa receptora (Pérez, M., 2012).

Modalidades de Transferencia Tecnológica



Inversión extranjera directa con utilización de mano de obra local

Ayuda a cubrir las necesidades de financiación para inversiones productivas es más estable que otras formas más especulativas de flujo de capital, sin embargo se dirige hacia proyectos a largo plazo (Hausman y Fernández, 2000)



Contratación de investigación para la realización de proyectos de I+D+i:

Colaboración con otras empresas o centros tecnológicos que responde a la demanda empresarial por mejorar la competitividad a través de la constante innovación de procesos, productos o servicios;



Registro de títulos de propiedad intelectual:

Se presenta como una oportunidad para ampliar la intervención de las empresas y el desarrollo de *clusters* de innovación mediante el licenciamiento de la tecnología, lo cual aporta oportunidades de crecimiento transversal en los sectores productivos.

Modalidades de Transferencia Tecnológica



Infraestructura para la adquisición y el manejo de información:

Es una demanda en el sistema integral para el desarrollo de la innovación, lo cual incluye la identificación y explotación de sistemas de clasificación, evaluación, selección y procesamiento y almacenamiento de la información.



Contratación de servicios especializados

Proveer la administración, seguimiento y asistencia técnica, con enfoque innovación. Esta acción demanda un alto grado de conocimiento de acuerdo al tipo de intervención. Por ejemplo, proyectos de arquitectura, arte o diseño, proyectos tecnológicos o de comunicación sin ofertas estándar en el mercado, asesorías especializadas en estrategia organizacional o comunicacional, capacitación especializada y, creación de empresas de base tecnológica



M o v i l i d a d d e personal científico y técnico

Estrategias que adoptan las instituciones académicas y de investigación para promover el flujo de conocimiento y ampliar las posibilidades de vinculación entre los sectores empresariales y de gobierno.

Transferencia de tecnología

Se puede identificar una escala que defina la forma de asimilar la tecnología, que comienza en países de bajo nivel de desarrollo y culmina en los altamente desarrollados:

Aceptación de subsidiarias de empresas extranjeras por medio de contrato de administración y operación (*Management Contract*):

Es el instrumento por el cual se crean y adquieren sociedades dependientes en donde una empresa se encarga de la administración y el propietario subsidiario actúa como rentista y fiscalizador en forma temporal o permanente.

Formación de empresa mixta por medio de contrato de empresa mixta (*Equity joint venture contractual*):

Es la asociación permanente entre un socio extranjero que casi siempre aporta la tecnología o se encarga de adquirirla, y un socio nacional que se encarga de las funciones administrativas. se cumple un objetivo prefijado de construcción o producción de bienes y servicios tecnológicos.

- ❖ Protección del nombre de marca
- ❖ Facilidad de integración de la producción de la empresa matriz
- ❖ Habilidad para estandarizar programas
- ❖ Mantenimiento estándar de calidad

Transferencia de tecnología

Se puede establecer una escala de términos que define la forma de asimilar la tecnología, que comienza en países de bajo nivel de desarrollo y culmina en los altamente desarrollados:

Contrato de licencia: Instrumento sobre la concesión de una licencia (patentes, marcas, know how, asistencia técnica, etc.) en las distintas etapas de diseño, construcción, montaje, funcionamiento, control de calidad y entrenamiento.

Contrato de asistencia técnica: Limitado a la prestación de servicios de expertos que asesoran o colaboran en el trabajo de análisis, diseño, construcción, montaje u operación de una planta

Contratos de construcción: se suelen emplear varias modalidades según las condiciones del país receptor, por ej: contrato llave en mano o administración delegada.

Licencia:

Consentimiento dado por el titular del derecho o "concedente", a otra persona "concesionario" para llevar a cabo ciertos actos que quedan incluidos dentro de un derecho exclusivo, o para la utilización de los conocimientos técnicos.

Transferencia de tecnología

Se puede establecer una escala de términos que define la forma de asimilar la tecnología, que comienza en países de bajo nivel de desarrollo y culmina en los altamente desarrollados:

Contrato de licencia: Instrumento sobre la concesión de una licencia (patentes, marcas, know how, asistencia técnica, etc.) en las distintas etapas de diseño, construcción, montaje, funcionamiento, control de calidad y entrenamiento.

Contrato de asistencia técnica: Limitado a la prestación de servicios de expertos que asesoran o colaboran en el trabajo de análisis, diseño, construcción, montaje u operación de una planta

Contratos de construcción: se suelen emplear varias modalidades según las condiciones del país receptor, por ej: contrato llave en mano o administración delegada.

Convenio de entrenamiento: se suelen hacer con empresas transnacionales, firmas de consultoría, productores de equipos, centros de investigación y universidades

Convenio de adquisición de equipos y productos intermedios

Convenio de adaptación de tecnología: adaptación según las necesidades locales

Contratos de investigación: sistemas de información tecnológica.

Conceptos clave

- ❖ **Sistema de calidad:** Es la interacción de la estructura organizacional, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos, los recursos humanos, tecnológicos y financieros necesarios para llevar a cabo la gestión de la calidad.
- ❖ **Política de Calidad:** Es la guía de acción sobre la cual se basa una organización en lo concerniente a calidad. Debe emanar expresamente de la gerencia.
- ❖ **Objetivos de Calidad:** Son propósitos orientados al despliegue y desarrollo de la política de calidad en todas las áreas de la organización.



Es una norma de administración de calidad, mediante la cual se da fe de que una fábrica, laboratorio u oficina cumple con los requisitos de administración de calidad determinados por la **Internacional Organization for Standardization (ISO)**.

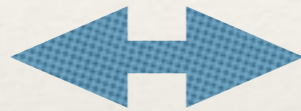
Las normas que con contienen el documento ISO - 9000 proveen un marco referencial en el cual su empresa puede demostrar a sus clientes la forma como prueba sus productos, capacita a los empleados, mantiene los archivos y detecta y arregla las fallas.

ISO es una organización sin ánimo de lucro que agrupa los institutos de normas técnicas de cerca de 100 países y que tiene como tarea permanente diseñar las normas internacionales.

Hacer de la cultura de la calidad una cultura para la vida, con miras al desarrollo tecnológico en las organizaciones en donde este vinculado.

CALIDAD:

Hace algunos años la calidad estaba limitada al cumplimiento de unas características y unas especificaciones predeterminadas generalmente por los técnicos o expertos de una compañía. Igualmente estaba generalizado el paradigma de que producir con calidad resultaba muy costoso y por lo tanto la calidad era enemiga de la productividad.



Ahora es una filosofía de trabajo que se inserta en la cultura organizacional, y que permite lograr en los productos o servicios una características que le permitan alcanzar y superar las expectativas de los clientes.



La calidad si bien se refleja en los productos, debe considerarse en muchos aspectos de la organización: la dirección, el ambiente de trabajo, la calidad de vida que ofrece la empresa a sus trabajadores, los procesos, la relación con el medio, la tecnología que emplea, la imagen institucional.

Conceptos clave

❖ **Norma:**

Especificación técnica aprobada por una institución reconocida en actividades de normalización y cuyo fin es establecer la forma como se hará una actividad.

❖ **Normalización:**

Proceso mediante el cual se regulan las actividades desempeñadas por los sectores tanto privado como público, en materia de salud, medio ambiente en general, comercial, industrial y laboral estableciendo reglas, directrices, especificaciones, atributos, características, o prescripciones aplicables a un producto, proceso o servicio.

Normalización

Normas Oficiales Mexicanas (NOM's):

Regulaciones técnicas de observancia obligatoria expedidas por las dependencias competentes, conforme a las finalidades establecidas en el artículo 40 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Están encaminadas a regular los productos, procesos o servicios, cuando éstos puedan constituir un riesgo latente tanto para la seguridad o la salud de las personas, animales y vegetales así como el medio ambiente en general.

Normas Mexicanas (NMX's):

Elaboradas por un organismo nacional de normalización, o la Secretaría de Economía, en términos de lo dispuesto por el artículo 51-A de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización. Tienen como finalidad establecer los requisitos mínimos de calidad de los productos y servicios de que se trate, con el objeto de brindar protección y orientación a los consumidores.

Su aplicación es voluntaria, con excepción de los siguientes casos: 1) Cuando los particulares manifiesten que sus productos, procesos o servicios son conformes con las mismas, y 2) Cuando en una NOM se requiera la observancia de una NMX para fines determinados.

Normas que elaboran las entidades de la administración pública

para aplicarlas a los bienes o servicios que adquieren arrienden o contratan cuando las normas mexicanas o internacionales no cubran los requerimientos de las mismas o sus especificaciones resulten obsoletas o inaplicables que se denominan normas de referencia.

Conceptos clave

- ❖ **Normalización:** Documentación de procedimientos, procesos, operaciones y requisitos técnicos y administrativos que le permitan a la empresa garantizar uniformidad en el desempeño de funciones del sistema de calidad.

PATENTES	DIBUJOS Y MODELOS INDUSTRIALES	CIRCUITOS INTEGRADOS	MARCAS	DENIMINACIONES DE ORIGEN	DERECHOS DE AUTOR
<ul style="list-style-type: none">• 2000. Tratado sobre Derechos de Patentes 1970 Y 2001• Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT)• 1971 Y 1979. Arreglo de Estrasburgo Para la clasificación internacional	<ul style="list-style-type: none">• 1968. Arreglo de Locarno - clasificación internacional• 1934 y 1969. Arreglo de la Haya relativo al registro internacional de dibujos y modelos industriales	<ul style="list-style-type: none">• 1989. Tratado de Washington-	<ul style="list-style-type: none">• 1994. Tratado sobre Derecho de Marcas• 2006. Tratado de Singapur sobre Derecho de marcas• 1957 Y 1979. El Arreglo de Niza clasificación internacional de productos y servicios• 1973 y 1985. Acuerdo de Viena, clasificación de todos los elementos figurativos de las marcas en categorías, divisiones y secciones, en función de su forma,	<ul style="list-style-type: none">• 1958 y 1967. El Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las Denominaciones de Origen y su registro internacional	<ul style="list-style-type: none">• 1989. Tratado de Washington-• 1996. Tratado sobre Derechos de Autor• 2012. Tratado de Beijin sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales

Beneficios del sistema de protección intelectual

Interés individual

Recompensar la innovación, la creatividad y la inversión privada

Recompensar el esfuerzo material y moral invertido en la generación de bienes y servicios

Reconocer los derechos individuales en relación a la explotación efectiva del resultado creativo

Interes social

Fomentar la innovación, la creatividad y la inversión privada

Asegurar la libertad de expresión y la conservación de obras culturales

Velar por la circulación de la información y el acceso a la tecnología

Recomendaciones derivadas de la OMPI

- ❖ Conocer el alcance de las tareas de investigación de los grupos de trabajo y en cada área disciplinaria, con lo cual se conforma una memoria de las actividades de Investigación y desarrollo [I+D+i]. Es un documento que debe integrar, entre otra información de tipo administrativo, las áreas y los enfoques en los que se lleva a cabo la investigación, las publicaciones y las patentes se las que se dispone
- ❖ Evaluar la relevancia de las publicaciones científicas
- ❖ Revisar la existencia de actividades de investigación conjuntas entre la universidad y la empresa privada o entidades de gobierno
- ❖ Revisar la incidencia o no de programas de cooperación internacional.

3.2 La Franquicia: una alternativa para emprendedores

Modelo de negocio para emprendedores, que ha demostrado tener una fuerte resistencia por su bajo nivel de riesgo



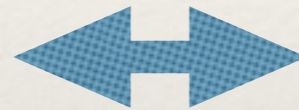
Una franquicia existe cuando la licencia de uso de una marca es utilizada para transmitir conocimientos técnicos o proporcionar asistencia técnica, con el fin de que la persona a quien se le conceda pueda producir, vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca tendientes a mantener la calidad, prestigio o imagen de los productos o servicios a los que ésta distingue.

Franquiciatario



Franquiciante

Persona que adquiere, vía contrato, el derecho de comercializar un bien o servicio, dentro de un mercado exclusivo, utilizando los beneficios que le ofrece una marca y el apoyo que recibe en la capacitación y el manejo del negocio



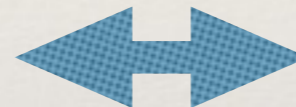
Persona que comercializa un bien o servicio, cediendo, vía un contrato, los derechos de transferencias o uso de las marcas y la tecnología aportando a su vez, de asistencia técnica, organizativa, gerencial y administrativa al negocio del franquiciario

**El
Franquiciatario
se obliga a:**



**El
Franquiciante
se obliga a:**

- Pagar al franquiciante una cuota inicial de franquicia, además de regalías periódicas y otros pagos.
- Ser el responsable de la instalación, operación y administración de la franquicia de acuerdo con las normas dictadas por el franquiciante.
- Paga todos los costos de la instalación y gastos de operación y administración de la franquicia, además de ser el responsable para la contratación y administración de los recursos humanos necesarios.



- Desarrollar y probar en la práctica el concepto de negocio y la tecnología que envuelve y concede a la franquicia, autorizando al franquiciatario para hacer uso de esta tecnología, al igual que la implantación, administración y operación de un negocio que funcionará conforme a su concepto.
- Establecer los métodos y procedimientos que dirigirán el funcionamiento de la franquicia.
- Reclutar, seleccionar y entrenar al franquiciatario respecto a la mejor técnica y rigor.
- Mantener un equipo dedicado al constante desarrollo y perfeccionamiento del producto, servicio y técnica de actuación y gestión que permita a los franquiciatarios elevar el nivel de desempeño de las respectivas franquicias.
- Supervisar constantemente la red constituida por sus franquicias, para prevenir que cualquier actitud u omisión que afecte la imagen de la marca y perjudique con seriedad a cualquiera de los integrantes de la red.

Escalas de producción

Microempresa/artesanales: muy pocas empresas en este giro han llevado a cabo la introducción de equipos de computo para llevar registros.

Nivel de producción: Hasta 30 Piezas/Lote por día.



Pequeña empresa: En la pequeña empresa la actualización del proceso de comercialización se ha llevado a cabo principalmente con la introducción de equipos de computo, ya sea para agilizar los registros de mercancías así como para la difusión del producto o comercialización por medio de Internet.

Nivel de producción: Mas de 30 Piezas/Lote por día.

El registro de una marca es necesario debido a que el Estado otorga el derecho exclusivo de su uso. Aunque no es obligatorio para comercializar productos ni prestar servicios y los derechos sobre la marca se inician con su uso, sí es recomendable, ya que se puede evitar la copia o imitación y el aprovechamiento de su reputación comercial, así como ejercer las acciones legales oportunas contra quien haga un uso no autorizado por el titular del registro.

Modelo de negocio para emprendedores

Ha demostrado tener una fuerte resistencia por su bajo nivel de riesgo



Economía global

Talento y diversidad

Amenazas

**Competencia y
oportunidades**

Las franquicias replican los manuales de operaciones que ya fueron probados y son rentables, lo que hace que se aumenten las posibilidades de obtener el éxito. No significa que estén exentas de las cifras negativas.

Perspectivas:

- a. Recibir para la explotación un negocio ya franquiciado.
- b. Reconvertir a franquicia un negocio existente de formato convencional.
- c. Ejercer como representante comercial de franquicias ya existentes.

Las franquicias: Oportunidad de crecimiento

Antes de hacer la transferencia del modelo, los especialistas recomiendan:



- ❖ Revisar aspectos como el monto de la inversión que se requiere, así como las regalías
- ❖ Analizar las aportaciones o contribuciones para el fondo de publicidad y mercadotecnia.
- ❖ Estudiar los resultados operativos del negocio, así como la tasa de retorno de inversión.
- ❖ Investigar cómo es la operación de la marca y cuánto tiempo tiene operando. Se dice que una franquicia con más de 10 años de experiencia, por lo general, ofrece un sistema más fiable.
- ❖ Platicar con otros franquiciatarios de la organización para conocer sobre la operación del negocio y saber si realmente se encamina el éxito esperado.

Las franquicias: Liderazgo empresarial



*Aplicación de políticas,
procedimientos y
prácticas*



- ❖ **Resonancia:** Grado en que la comunicación y los valores de la empresa se transmiten y resuenan en la organización
- ❖ **Cohesión organizacional:** Grado de unión laboral según el compromiso y deseo de integración
- ❖ **Satisfacción laboral:** Gusto que tiene el colaborador por su trabajo
- ❖ **Comunicación:** Nivel de transparencia y honestidad de la compañía para motivar a sus trabajadores
- ❖ **Motivación al logro:** Procesos y comportamientos dirigidos a la obtención de logros que motivan acciones individuales y de equipo
- ❖ **Evolución profesional y personal:** Avance de los empleados en los ámbitos personal y profesional
- ❖ **Relación laboral no desgastada:** Cuando los individuos dejan o ya no quieren formar parte de la empresa
- ❖ **Responsabilidad social:** Compromiso de la institución para promover el bienestar de la sociedad.

Las franquicias: Clima organizacional



- ❖ **Motivación:** Fuerzas que determinan la dirección, la forma, la intensidad y la persistencia del trabajo.
- ❖ **Imparcialidad:** La aplicación de justicia, rectitud y equidad en todas las facetas y niveles de la empresa
- ❖ **Condiciones de trabajo:** Los medios, el entorno y las situaciones en los que los colaboradores desarrollan sus actividades. Factores como flexibilidad, seguridad, salud y estabilidad son prioridad.
- ❖ **Organización temporal del trabajo:** Cómo se distribuye la carga laboral, de acuerdo con los objetivos de la empresa, las metas y las capacidades de cada colaborador.
- ❖ **Condiciones de impulso a la productividad:** La disponibilidad de herramientas y las condiciones necesarias para que un empleado alcance sus objetivos y consiga sus metas.
- ❖ **Compensaciones:** Remuneración y retribución acordes con la recompensa que debe recibir cada empleado por su trabajo. Incluyen las prestaciones.

Tipo de Franquicias

Tipo	Participación franquisiatari o- franquisiado	Tipo de contrato	Condiciones	Sector
 Industrial	Industrial-industrial	El franquiciador cede al franquiciado, a parte del Know How, el derecho de fabricación de su correspondiente marca y la comercialización de los productos fabricados, así como los procedimientos administrativos de	No cede todo el proceso productivo, sino tan solo una parte. El franquiciado siempre distribuirá su producto en su zona asignada	Alimentos y bebidas
Producción	Industrial-distribuidor	El franquiciador es quien fabrica los productos que los franquiciados venden. Este tipo de franquicia permite al fabricante franquiciador asegurar la venta	Se obliga a los franquiciados a que compren sus productos en exclusiva.	
Distribución	Distribuidor-distribuidor	El franquiciador actúa como distribuidor o revendedor de sus productos fabricados por otras empresas. En la realidad, su actividad es la de una central de compras	La verdadera distribución tendrá lugar a través de una red de franquiciados.	Muebles, ropa
 Servicio	Empresa-consultor	Servicio (s) que el franquiciado comercializa bajo una determinada metodología dada por el franquiciador. En este tipo de franquicia es más importante la transmisión de un saber-como (how-know) específico y probado. En esta modalidad los clientes encuentran los	El franquiciador debe tener mayor control para garantizar una adecuada calidad del servicio que se preste y evitar problemas que podrían perjudicar a la marca en su conjunto.	Educación, inmobiliarias
Mixta	Diversos	En el negocio se une producto y servicio		

Tipo de franquicias

Tipo	Participación franquisiatario-franquisiado	Tipo de contrato	Condiciones
Corner	Comerciante-comerciante	Casi siempre está relacionada con la actividad que el establecimiento franquiciado desarrolla. Una modalidad sería el Shop in Shop (tienda dentro de tienda) donde se resalta la decoración y el ambiente de cualquier otro establecimiento integrado en la cadena.	Se establece dentro de un establecimiento que ya opera, situándose en una esquina ó rincón de este.
Master o principal	Franquiciador-franquiciador	El franquiciador otorga a otro franquiciador principal, el derecho de explotar una franquicia normalmente en un territorio amplio (un país por ejemplo)	Que el franquiciador principal cierre más tarde, acuerdos de franquicias con otros franquiciados individual
Integrada	Industrial-mayorista-detallista	El franquiciador, siendo a la vez fabricante, cede a los franquiciados detallistas la exclusividad de la distribución	Ningún otro minorista puede vender el producto fabricado.
Asociación	Empresa-empresa	Existe una implicación de una sociedad en otra. El franquiciado mantiene alguna inversión en la empresa del franquiciador o éste en la del franquiciado. No es muy habitual que se de este tipo de franquicia.	Permite a ambas partes participar económicamente en sus respectivas actividades económicas, incluyendo el intercambio de acciones o participaciones del negocio.
Horizontal	distribuidor-distribuidor	Es creada por varios detallistas, los cuales, una vez verificado el éxito de su sistema de distribución, se asocian, crean una marca y extienden la red mediante nuevas franquicias.	

Relación entre franquicias y marcas

Los acuerdos de Franquicia corresponden a la concesión de una licencia sobre la Marca



Una franquicia exitosa tiene un alto valor y por tanto un costo elevado.

La empresa cedente permite a un tercero (concesionario) utilizar los medios de que dispone la empresa: marcas, conocimientos especializados, servicio al consumidor, programas informáticos, decoración del local, etc.) con arreglo de una serie de normas y a cambio de una compensación o de regalías. (OMPI)

En México, existen más de 300 mil marcas de franquicias, las cuales generan aproximadamente 6 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del país, y se estima que 40 por ciento de ellas fueron adquiridas por importes no demasiado elevados.

Visita: <http://www.100franquicias.com.mx/Noticias/2018-08-21-Las-franquicias-mexicanas-generan-el-6-de-PIB-en-el-pais.htm>

Montaje y operación de franquicias

Tecnología de producto y proceso de manufactura (*know-how*).

Este aspecto es el “*core business*”. Comprende la descripción explícita del proceso de fabricación de un producto o de la prestación de un servicio con todas sus especificaciones y detalles.

Equipamiento básico.

Se debe detallar qué tipo de maquinaria y equipo se utiliza con todos los detalles específicos de su operación.

Diseño de espacios.

Se detalla el “*layout*” que requiere el nuevo negocio; el diseño de amoblamiento e imagen externa.

Para las áreas de servicio al público, se detallan los diseños que proyecten una imagen institucional homogénea.

Montaje y operación de franquicias

Procesos de gestión

Los procesos de gerencia que a continuación se detallan deben incluir: el enfoque, su forma de implementación y los resultados esperados de cada uno.

- Gestión estratégica
- Gestión financiera y contable.
- Gestión de tecnología.
- Gestión del software suministrado.
- Gestión Humana.
- Gestión jurídica-legal.
- Gestión de producción.
- Gestión de compras e inventarios.

Gestión de mercadeo

Incluye la concepción estratégica y táctica relativa a:

- Envase.
- Marca.
- Precios.
- Promoción.
- Publicidad e imagen corporativa.
- Merchandising.
- Distribución comercial. • Distribución física.

Normas aplicables: Giro de muebles de madera

Instituto Nacional del Emprendedor, Secretaria de Economía

Nombre	Número	Fecha	Descripción Contenido
Características de marqueo de madera en rollo.	NOM-001 RECNAT-1995	1- DIC-1995	Lineamientos para su uso y
Transporte y almacenamiento de resina de pino.	NOM-002 RECNAT-1996	30- MAY-1996	Procedimientos
Lineamientos informativos	NOM-177- SCFI-1995	28/4/97	Venta de muebles de
RUIDO:			
Medio ambiente laboral	NOM-080- STPS-1993	14/1/1994	Determinación del nivel
Fuentes fijas	NOM-081- ECOL-1994	13/1/1995	Establece límites
NORMAS DE SEGURIDAD:			
Seguridad e higiene	NOM-001- STPS-1993	8/6/1994	Condiciones de seguridad e
Seguridad	NOM-002- STPS-1994	20/7/1994	Condiciones de seguridad para
Seguridad	NOM-004- STPS-1993	13/6/1994	Sistemas de protección y
Seguridad	NOM-005- STPS-1993	03/12/199 3	Condiciones de seguridad en
Seguridad e higiene	NOM-011- STPS-1993	06/7/1994	Condiciones de seguridad e
Seguridad e higiene	NOM-016- STPS-1993	06/07/199 4	Condiciones de seguridad e
Seguridad	NOM-017- STPS-1993	24/5/1994	Equipo de protección

Normas aplicables: Comercialización y exportación de artesanías

Instituto Nacional del Emprendedor, Secretaria de Economía

Nombre	Número	Fecha	Descripción Contenido General
Prácticas de Higiene	NOM-120-SSAI-1994	28/8/1995	Bienes y servicios, prácticas de higiene y seguridad para bienes y
Seguridad e higiene	NOM-001-STPS-1993	8/6/1994	Condiciones de seguridad e higiene en las edificaciones, locales,
Seguridad	NOM-002-STPS-1994	20/7/1994	Condiciones de seguridad para la prevención y protección contra
Seguridad	NOM-004-STPS-1993	13/6/1994	Sistemas de protección y dispositivos de seguridad en la
Seguridad e higiene	NOM-001-STPS-1993	3/12/1993	Condiciones de seguridad e higiene para la estiba y desestiba de los
Seguridad	NOM-017-STPS-1993	24/5/1994	Equipo de protección personal para los trabajadores en los centros de
Seguridad e higiene	NOM-019-STPS-1993	22/10/1997	Constitución y funcionamiento de las Comisiones de Seguridad e Higiene
Seguridad	NOM-020-STPS-1993	24/5/1994	Medicamentos, materiales de curación y personal que presten los
Seguridad	NOM-021-STPS-1993	24/5/1994	Requerimientos y características de los informes de los riesgos de
Colores que deben Utilizarse	NOM-026-STPS-1994	24/5/1994	Colores que deben utilizarse en materia de medicina, seguridad e
Señales de Seguridad e Higiene	NOM-027-STPS-1994	27/5/1994	Señales de seguridad e higiene.

Problemática ambiental del giro

Para iniciar operaciones se debe obtener la licencia de funcionamiento y uso del suelo.

Se deben observar las normas ambientales con respecto a las partículas de aserrín suspendidas en el aire ambiente.

Para la protección del personal, se deben utilizar dispositivos protectores, así como un sistema de extracción de virutas y de polvo.

Guías empresariales disponibles

Instituto Nacional del Emprendedor, Secretaría de Economía

- ❖ Historia del giro
- ❖ Fuentes de información
- ❖ Características de la materia prima y productos del giro
- ❖ Necesidades y categoría del personal
- ❖ Primer contacto (trámites)
- ❖ Normas aplicables
- ❖ Monto de la inversión
- ❖ Flujo del proceso productivo y escalas de producción
- ❖ Demanda
- ❖ Recursos humanos
- ❖ Dirección y liderazgo
- ❖ Administración
- ❖ Definición de funciones
- ❖ Proceso administrativo de una empresa
- ❖ Procedimiento de contratación de personal
- ❖ Marco normativo laboral
- ❖ Proceso de capacitación de personal

Guías empresariales disponibles

Instituto Nacional del Emprendedor, Secretaría de Economía

- **Alimentos:** alimentos balanceados para animales; bebidas fermentadas de manzana; beneficios del café; cajeta, flanes y otros postres de leche; concentrados de carnes, pescados, mariscos y verduras; concentrados de jarabes y colorantes naturales; congelación y empaque de pescados y mariscos; chocolates; deshidratados de frutas y legumbres; dulces, bombones y confituras; embutidos; encurtido de frutas y verduras; extracción y envasado de sal; hielo y agua purificada; jugo de frutas y verduras; mermeladas y frutas; miel; panificación; pastas alimenticias; pastelería y repostería; puros y otros productos de tabaco; queso, crema y mantequilla; salsas y guisos; sazónadores y especias molidas; secado y salado de mariscos; sopas enlatadas; frutas y verduras congeladas; conservas de frutas y hortalizas; helados y paletas; tamalera; vinos; yoghurt y crema.
- **Cuero y calzado:** Marroquinería; tacones; calzado de cuero; calzado sintético
- **Servicios:** alquiler de equipo para fiesta, comercialización de artículos decorativos para fiesta; artículos para hoteles y restaurantes; autolavado; café-internet; comercialización de flores; estéticas; estudio fotográfico; formación de una empresa comercializadora; gimnasio; hoteles y moteles; papelería; promotora de seguros; reparación y mantenimiento de computadoras; restaurantes y fondas; salón de fiestas; lavandería automática; transportación y paquetería; tapicería; video club; video juegos.
- **Artesanías:** Alfarería y cerámica; industria artesanal de artículos de vidrio; lamparas ornamentales y candiles; vajillas.
- **Construcción:** ladrillos, tabiques y otros productos de arcilla; mosaicos, tubos y postes a base de concreto.

Guías empresariales disponibles

Instituto Nacional del Emprendedor, Secretaría de Economía

- **Construcción:** Ladrillos, tabiques y otros productos de arcilla; mosaicos, tubos y postes a base de concreto.
- **Textil y confección:** Alfombras y tapetes; artículos de algodón; camisas; chamarras; cierres; cintas y otros productos de pasamanería; hilados de algodón y mezclas; lencería y cordelería; Ropa exterior para dama y caballero; sabanas, manteles, colchas y toallas; sombreros y gorras; suéteres; tejidos de punto; tejido de redes y paño; uniformes escolares.
- **Maderas muebles y cartón:** Cajas de cartón; escobas, cepillos y similares; muebles de madera aglutinada; muebles raticos de madera; muebles para computadoras; muebles infantiles; muebles de plástico.
- **Metal-mecánica:** Artículos y muebles de hierro forjado; clavos, tachuelas, grapas y similares; cromado de metales; equipo para soldar; fundición de cobre; herrería; maquinaria para procesar frutas y verduras; ollas y marmitas; paliaría; troquelado de metales; ventanas y perfiles de aluminio.
- **Joyería:** Joyas de fantasía y similares; joyas y orfebrería de oro y plata.
- **Plástico:** bolsas de polietileno; botellas de plástico; empaques y refacciones para maquinaria industrial; espumado de plástico; plástico reforzado con fibra de vidrio; tinacos retromoldeados; tuberías, mangueras y conexiones de plástico.
- **Productos químicos:** Aceites esenciales; carbonato de cal; jabones de tocador; limpiadores líquidos; molienda de caolín; perfumes, lociones y similares; shampoo; velas y veladoras.
- **Editorial e imprenta:** Edición de libros y similares; impresión y encuadernación; serigrafía de playeras; tintas para impresión y escritura.

Bibliografía

- CORTINA, Adela (1994), *Ética de la empresa*: Claves para una nueva cultura empresarial. Editorial Trota. Madrid.
- DURÁN Moya, L. A. (1995). *La protección jurídica del diseño industrial*, Barcelona.
- EDENBOROUGH, M (1995). *Intellectual Property*, Londres: Cavendish
- HIDALGO Moya, J. R. y Olaya Adán, M. (1997). *Derecho del producto industrial*, Barcelona.
- Kamil, Idris. (1993) .*La propiedad intelectual al servicio del crecimiento económico*. Publicación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual no. 888, 1 (5). ISBN: 92-805-1241-B. Ginebra, Suiza.
- *Ley federal de radio y televisión*, (2000) México.
- *Leyes y códigos de México*, (1999) México: Porrúa.
- OMPI. (2006). *El secreto está en la Marca*. Serie *La Propiedad Intelectual y las empresas*, núm 1.
- Silva Duarte, Jorge Enrique, *Franquicias. Una alternativa para emprendedores*. *Revista Escuela de Administración de Negocios [en línea] 2003, (enero-abril) : [Fecha de consulta: 28 de agosto de 2018] Disponible en:* <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20604709>> ISSN 0120-8160
- VEGA García, F. L. (2001). *de la: Protección del diseño en el derecho industrial y de la competencia*, Madrid.